CULTURA CONTEMPORÂNEA, IDENTIDADES E SOCIABILIDADES

OLHARES SOBRE CORPO, MÍDIA E NOVAS TECNOLOGIAS

ANA LÚCIA DE CASTRO (ORG.)

Cultura contemporânea, identidades e sociabilidades

ANA LÚCIA DE CASTRO

CULTURA CONTEMPORÂNEA, IDENTIDADES E SOCIABILIDADES

OLHARES SOBRE O CORPO E AS NOVAS TECNOLOGIAS

Cultura Acadêmica

Praça da Sé, 108
01001-900 – São Paulo – SP
Tel.: (0xx11) 3242-7171
Fax: (0xx11) 3242-7172
www.editoraunesp.com.br
feu@editora.unesp.br

CIP – Brasil. Catalogação na fonte
Sindicato Nacional dos Editores de Livros, RJ

C974

Cultura contemporânea, identidades e sociabilidades : olhares sobre corpo, mídia e novas tecnologias / Ana Lúcia de Castro (org.). - São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

Inclui bibliografia
ISBN 978-85-7983-095-2

1. Inovações tecnológicas - Aspectos sociais. 2.Identidade social. 3. Imagem corporal. 4. Comunicação - Inovações tecnológicas. 5. Antropologia social. I. Castro, Ana Lúcia de.

11-0129. CDD: 306
CDU: 316.7

Este livro é publicado pelo Programa de Publicações Digitais da Pró-Reitoria de Pós-Graduação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP)

Editora afiliada:

Sumário

Apresentação

Este livro reúne a reflexão acerca das identidades na cultura contemporânea, realizada por pesquisadores que participaram do seminário *Cultura contemporânea, corpo e novas tecnologias*: diálogos em torno das identidades.

O objetivo geral das reflexões aqui apresentadas é tomar as inovações tecnológicas e seus impactos na vida cotidiana – particularmente na renovação e reinvenção de formas de sociabilidade e de construção de identidades – como uma chave privilegiada para o adentramento em meandros da cultura contemporânea.

O corpo, suporte da cultura e território de construção de identidades, ao *incorporar* os recursos tecnológicos disponibilizados pelo mercado estético, como próteses, implantes, intervenções e tratamentos à base de *laser*, tem seu estatuto modificado e as fronteiras entre natureza e cultura passam a ser revistas em novos parâmetros, impondo novos desafios à reflexão socioantropológica. Este livro busca contribuir para este debate, somar um pequena centelha ao enorme esforço que se faz necessário no sentido de repensarmos as clássicas dicotomias conceituais que vêm marcando a reflexão das ciências humanas e se demonstrando cada vez mais abaladas em seu alcance explicativo, frente às aceleradas transformações vivenciadas na vida social nesta modernidade do início do século XXI.

Neste sentido, o texto de Edson Farias discute o tema da cultura popular de massa, relacionando-o aos processos de modernização e aos fenômenos produzidos pela espetacularização da cultura e das tradições locais. Para tanto, vincula economia, políticas públicas, processos de afirmação identitária e resgate da cidadania, na construção de um quadro de relações que procura elucidar as formas como pequenas comunidades se inserem no ciclo capitalista de mercantilização da cultura e das especificidades regionais, assim como as tradições e símbolos ganham a dimensão de marcas publicitárias.

Por meio de alguns exemplos retirados de diferentes universos empíricos, Edson discute processos culturais contemporâneos, destacando a questão da construção de identidades regionais que ainda mantém um vínculo com tradições e heranças culturais, bem como apontando a relação entre estruturação da subjetividade e dinheiro, como elemento cognitivo e mediador.

Estaríamos, na cultura contemporânea, presenciando uma modificação nas relações sociais e nas formas de sociabilidade, uma vez que as tecnologias inserem novas plataformas e técnicas de comunicação, permitindo tanto a recepção, circulação e produção mais autônomas e aceleradas, ampliando as possibilidades de ação dos indivíduos e propiciando novos instrumentos cognitivos? O texto de Marco Antonio de Almeida lança luzes a esta questão, ao discutir as interações entre seres humanos e aparatos tecnológicos e as mudanças socioculturais decorrentes desses processos. Partindo da ideia de *ciborgue,* lançada por Donna Haraway, contribui para a reflexão acerca da relação tecnologia-cultura, enfatizando as formas de sociabilidade em curso na atual sociedade da informação mediadas pelos aparatos tecnológicos.

A reflexão de Expedito Leandro da Silva demonstra como a imbricação entre a difusão de equipamentos eletrônicos e da internet com as tradições locais da região Norte do país, destacadamente Belém e Amazonas, propiciou a formatação de um novo estilo musical: *o tecnobrega*. A partir da análise do fenômeno *tecnobrega*, o autor nos aponta para questões cruciais no debate acerca da cultura contem-

porânea, como as mudanças nas formas de sociabilidade de jovens habitantes de centros urbanos e a discussão acerca do embate tradição/modernidade ou local/global.

A pesquisa de Juliana do Prado discute aspectos apontados pelas telespectadoras da telenovela *Belíssima,* exibida no horário nobre da Rede Globo, no ano de 2009. A partir dos conteúdos dos capítulos analisados e dos depoimentos das expectadoras entrevistadas, focaliza, especificamente, a inserção de *merchandising* dentro da telenovela em questão, a influência (identificação/ projeção) dos personagens na vida cotidiana dos telespectadores, bem como a problemática relativa às identificações de gênero.

Outra importante contribuição aos estudos de recepção, bem como à reflexão acerca das relações étnico-raciais encontramos no trabalho Leandro José dos Santos. Tomando a revista *Raça Brasil* como recorte empírico, e partindo das apropriações efetuadas por mulheres negras, o autor pontua aspectos importantes relativos às temáticas corpo, sexualidade e identidade.

Tendo como pano de fundo a preocupação acerca do impacto das aceleradas mudanças socioculturais vivenciadas na contemporaneidade sobre as subjetividades, a reflexão de Ana Lúcia de Castro retoma a ideia de *corpo ciborgue,* problematizando as práticas de modificação corporal, particularmente a cirurgia plástica, entendida como modalidade de consumo cultural. Enfatiza a dimensão simbólica que envolve este tipo de intervenção cirúrgica, que tem as noções de prestígio, autoestima, aceitação social como as principais motivações apontadas pelos que se submeteram ou desejam se submeter a este tipo de intervenção cirúrgica.

Os trabalhos que encerram esta coletânea discorrem sobre a mudança nos papéis e nas construções de identidade de gênero, recorrentemente apontada como característica marcante do cenário contemporâneo. O texto de Juliana Jayme discute a forma pela qual indivíduos constroem sua identidade por meio da modificação de seus corpos e da apropriação de símbolos próprios do universo feminino, em uma reflexão sobre a fluidez e instabilidade das fronteiras de gênero na contemporaneidade.

Por fim, Larissa Pelúcio discute a condição dos travestis brasileiros que atuam no mercado de sexo em Portugal e Espanha, apontando para o embricamento das variáveis gênero, raça e nacionalidade como uma das chaves para o entendimento das construções simbólicas estabelecidas nas relações entre os travestis brasileiros e os clientes europeus.

1
O que pode a triangulação entre dinheiro, expressões culturais e esfera pública nos dizer sobre diversidade e universalidade?[1]

Edson Farias[2]

A proposta de refletir sobre as dimensões teóricas, analíticas e empíricas das contemporâneas feições tomadas pelo par cultura e economia está, nesta comunicação, condicionada pelo objetivo de considerar o relevo de ambos no debate acerca das identidades pessoais e coletivas. Portanto, de antemão sublinhamos que as identidades não serão os focos imediatos da exposição. Se a exposição será de natureza teórica, prevalecendo um discurso com tendência a abstrair os temas arrolados de contextos empíricos mais precisos, cabe registrar que a reflexão aqui desenvolvida estará na contrapartida do percurso de pesquisas até agora realizado a respeito de faces da cultura popular de massas no Brasil. O que hoje se tem por meta, fundamentalmente, é levar à condição de objeto os efeitos da atual triangulação contemporânea entre expressão, dinheiro e esfera pú-

---

1 Conferência proferida durante a abertura do seminário *Cultura contemporânea, corpo e novas tecnologias*: diálogos em torno das identidades, promovido pelo DAPFG e Programa de Pós-Graduação em Sociologia (Unesp, *campus* de Araraquara), em 14 de outubro de 2009.

2 Professor do departamento de Pós-Graduação em Sociologia/ICS/UnB; professor do mestrado em Memória: Linguagem e Sociedade/UESB; pesquisador do grupo Cultura, Memória e Desenvolvimento.

blica nas concepções e instrumentais socioantropológicos direcionados ao tema.

A escolha desta tríade deve-se ao suposto de que ela traz ao centro das atenções uma vez mais o dueto diversidade e universalidade. Agora, porém, na medida em que apostamos no argumento de que a discussão a respeito do problema em torno da equivalência entre diversidades étnico-históricas, no movimento em que estas se tornam elementos constitutivos dos fluxos de comércio e serviços de bens intangíveis, introduz o dueto economia e cultura no centro das preocupações envolvendo formações subjetivas e imagens grupais. Lembrando sempre que o horizonte histórico sob o qual se encenam estes alinhamentos é a tensão contemporaneamente estabelecida entre as narrativas da diversidade e da globalização. Estando as últimas em vinculação direta com as dinâmicas atuais da correlação monetarização de símbolos e práticas significantes com as pressões exercidas pelas moralidades sobre a condução das funções corporais, às quais se materializam em expressões vertidas em informações passíveis de compor a esfera pública articulada aos sistemas sociotécnicos comunicacionais.

Antes de avançar na argumentação, cabe delinear melhor nossa proposta à luz do debate travado nas ciências sociais a respeito das convergências hoje em curso entre culturas e expansão do sistema-mundo capitalista. Isto porque as etnografias até agora realizadas da modernidade, de um modo geral, supõem duas alternativas teórico-interpretativas para lidar com o tema do diverso e do idêntico no ambiente da globalidade. Ou asseveram a incorporação cabal das culturas planeta afora ao conjunto da ordem global do capitalismo, em sua fase financeira e culturalista (Jameson, 2001). Díade esta que alteraria qualitativamente o teor daquelas em função do trânsito fremente de mercadorias, pessoas e ideias. Ou advogam a perspectiva da reposição das diferenças étnicas no compasso mesmo da expansão de uma sociedade mundial (Montero, 1993), em que a coordenação das irredutibilidades sociossimbólicas traria, em seu escopo, saídas recíprocas de convivência intracultural, mas na simétrica medida em que são deflagradas "guerras culturais". Se fôssemos

deduzir o ponto de entrelaço entre ambas as vertentes, anotaríamos a certeza tácita de que se dá a efetiva universalidade decorrente da unificação dos meios de trocas à luz da supremacia do dólar, sobretudo, desde o final da última grande guerra.[3] A penetração do dinheiro como instrumento de troca e parâmetro de valor a áreas mais extensas das tramas sócio-humanas parece ter suscitado o problema ético, político e teórico em torno – para retomar Appadurai (1988) – do "valor das coisas". Em outros termos, a face inversa da existência de um equivalente universal estendido a tantas escalas está na complicação mesma de como apreender a equivalência dos valores, considerando as respectivas irredutibilidades desses últimos.

Espinhosa, a questão já fora alvo de encaminhamentos distintos no interior da teoria social clássica, embora seus autores concordassem com o diagnóstico senão do declínio, pelo menos da subordinação dos diversos étnico-históricos à substancialidade adquirida pela troca interna à autorregulação do mercado capitalista. Primeiro, façamos um recurso às concepções a respeito na obra de Marx. Inspirado na teleologia do espírito absoluto hegeliano, todo o capítulo primeiro de *O Capital* (1984) detecta, na mecânica da socialidade burguesa, a transformação da diversidade dos valores (de uso) pelo demiurgo da temporalidade abstrata do valor de troca, da qual o dinheiro seria a expressão heurística. Embora seja o núcleo do fetiche do capital, a seiva viva do trabalho humano apenas compareceria no âmago da mercadoria enquanto fantasma da origem do valor. A seguir, vejamos o que diz a sociologia francesa, em dois momentos

---

3 Esta unidade monetária é possível com a assinatura, em 1944, do Acordo de Breton Woods, o qual determinou que o dólar estadunidense substituísse a onça do ouro, tornando-se o parâmetro monetário internacional. O acordo estava calcado na invejável situação financeira e econômica dos Estados Unidos naquele momento, em que o governo norte-americano detinha a maior reserva de ouro em barras do mundo. Arranjo básico ao surgimento seja do Fundo Monetário Internacional seja do Banco Mundial como respectivos instrumentos de controle da economia-mundo capitalista e de financiamento dos desenvolvimentos dos Estados nacionais inseridos no que se passou a denominar de Terceiro Mundo.

precisos, nos quais conclui sobre a permanência de um resíduo de crença na dinâmica mercadológica. Vale lembrar, então: em seu debate com os economistas clássicos, Durkheim (2000) infere que, mesmo a princípio submetido aos imperativos da autossobrevivência individual, à disposição para a permutabilidade intrínseca à função monetária atualizaria o indicativo moral de coesão fundador da solidariedade social. Ou seja, a troca permaneceria moralmente antecedente à razão individualista da sobrevivência. Já Marcel Mauss (2005) encontra algo de mágico na fórmula universal do dinheiro, tal como existe e funciona nas sociedades modernas. Para ele, na posse desse artefato, há a potência não somente da diferenciação, sobretudo há a capacidade de singularizar as respectivas personalidades, a qual ultrapassaria a mera aquisição instrumental visando à reprodução biológica, isto no instante em que o prestígio garante o reconhecimento por honorabilidade, ao constituir-se o indivíduo em específica pessoa possuidora de face própria e única.

Talvez um e outro ponto de vista repercutem em algumas das saídas teórico-analíticas nas ciências sociais do presente, as quais tendem aos seguintes rumos. Ou relatar a tradução que subordina o capital pelas tantas cosmologias dotadas de seus particulares ecossistesmas simbólicos (Sahlings, 1988). Ou, então, sublinhar a vigência de um sistema abarcante cruzando e absorvendo parte a parte da diversidade étnico-cultural e biótica do planeta, no movimento pelo qual são reduzidas à condição de matérias-primas da economia-mundo capitalista (Wallerstein, 1997). Quando muito, existem propostas buscando o equilíbrio entre ambas, ao sugerirem que, na contrapartida do sistema-mundo hegemônico, haveria aquele não hegemônico, cujas regras obedeceriam a prescrições locais ou circunstanciais. Isto é, em parceria com a natureza centrífuga da organização das práticas nele implementadas, mas, principalmente, em face da natureza precária dos modos de agir acionados (Ribeiro, 2007).

Certamente, não haveria como entrar, aqui, no mérito propriamente da consideração de cada um dos três pontos de vista assinalados acima. Assim, para o que nos interessa pôr em discussão no to-

cante ao tema da aproximação e do confronto entre irredutíveis e equivalências, cabe observar que, todas as três opções analítico-interpretativas antes apresentadas se desdobram seja na direção da variação das memórias, seja na transformação delas ou, ainda, na ambiguidade relativa àquilo capaz de parecer diverso e, simultaneamente, identificável. O que anota, portanto, a relevância da questão mnemônica no debate. Se concordarmos consistir a memória em um domínio psíquico-simbólico de coordenação e regulação das lembranças e dos esquecimentos,[4] e neste sentido com intervenção direta na distribuição do conhecimento socialmente elaborado, sublinhamos sua importância elementar à exteriorização das intenções humanas. Logo, com efeitos no estabelecimento de cadências motoras e temporais vislumbradas tanto nos ritmos cotidianos marcados no controle autorreflexivo dos impulsos corporais quanto na demarcação institucional do horizonte e também da profundidade temporal da existência individual e coletiva. E, com isso, somos conduzidos aos equilíbrios e às disposições entre forças na concorrência para serem habilitadas hábeis a conduzir uma programação de verdades, isto é, critérios de certificação, retidão e veracidade segundo os quais, pelo filtro de seu eixo imaginário, determinada época lida analogamente com outras (Veyne, 1983). Concluímos, em termos de nossa estratégia de abordagem, oportuno verificar esses laços entre mesmo e diverso nos arranjos mnemônico-históricos apostando no plano das expressões culturais. A aposta nesse plano ocorre porque nele convergem prioridades psíquico-sensórios-motoras e anteparos normativos, os quais são decisivos na delimitação dos domínios de memória. Mas tendo em conta, igualmente, o peso das circunstâncias (interpessoais e ecoambientais) para deflagrar cada um deles e colocá-los em ajuste. Mas, antes, a potencialidade da expressão no debate sobre os efeitos da equivalência do dinheiro na diversidade cultural do planeta decorre, exatamente, do fato de contracenar com a notória envergadura adquirida por um espaço público caracterizado pela

---

4 Ver Fentress; Wickam, 1994, p.13-176

autoapresentação.[5] Espaço público em que as condições de visibilidade e, igualmente, a aparência estão embutidas nas redes sociotécnicas informático-comunicacionais.

Esmiúço o argumento – claro, em linhas bem gerais –, considerando as faces ontológica, analítica e da história sociocultural da expressão.

Grosso modo, a expressão corresponde seja à produção da subjetividade seja à apresentação de si circunstanciada, em que o teor subjetivo adquire exterioridade e se faz componente vital nas coreografias de linguagens que constroem experiências. Para isso, considerando molduras normativas informadas por arcabouços de valores, os quais, por sua vez, estão contextualizados em interações, mas também escudados nos recursos estruturais que delimitam temporal e espacialmente esse "dar-se" a ver ao mundo, o qual é simultaneamente um estar, enfim, um ser do/no mundo. Sem entrar nos meandros de tal debate teórico aqui, a discussão sobre a expressão deriva, então, do problema mais amplo concatenando reconhecimento e exteriorização, lembrando que este último porta o dilema da consciência e nele, o tema do mútuo engajamento da intencionalidade e da imaginação com o mundo. Esta última concebida como a competência de supor e propor, projetar, antecipando os rumos de um fazer, além de acrescentar ou alterar o dado. Em resumo, a expressão faz a síntese de ambos, inserindo o elemento fundamental da significação, ou se quisermos trocar a palavra, sem alterar a semântica, da comunicação. Ao mesmo tempo, ela contracena igualmente com a memória, na medida em que supõe aprendizados por intermédio das funções miméticas pelas quais são transmitidos legados de saberes intergeracionalmente constituídos e reelaborados à de luz das circunstâncias dos seus devidos usos.

Logo, em termos tão somente analíticos, articulando uma sociologia das obras e de seus artífices (acrescentando os modos de produção e as técnicas) a uma analítica dos saberes do fazer e dos meios de

---

5 Tomo de empréstimo a inferência de Habermas (2007, p.17)

transmiti-los, consagrá-los e da apropriação e efeitos de seus usos, enquanto objeto de conhecimento a expressão pode ser enfocada pelo ângulo da coreografia dos gestos. Tal escopo envolve o problema em torno das disposições e percepções prático-corporais no plano fenomênico mesmo do acontecimento. Além, ainda, do tema das normas de validação e do reconhecimento das atitudes, considerando os esforços de distinção e, também, a luta pela atenção e aceitação do outro pelo não idêntico. Algo assim contracena com as discussões sobre o componente cênico-dramático e ritual da apresentação de si, tal como sintetizadas nas noções de *performance* e máscaras sociais. Ao mesmo tempo permite, ainda, encetar a solução tomando a formação do ego, mediante a visada do desenvolvimento da competência psíquico-simbólica em estágios nos quais os aprendizados encerrados em círculos intersubjetivos normativo-comunicacionais interferem tanto na reprodução quanto na reavaliação crítico-argumentativa das pautas morais cotidianas. Um desdobramento na apreensão da expressão se dá com a atenção às dimensões patrimoniais, nas quais o acento se desloca para o cerne dos modos de ser e fazer e, igualmente, à materialidade dos bens.

Os dois enfoques estão inseridos, porém, em um quadro histórico do pensamento e das práticas cotidianas do Ocidente, em que a ideia de expressão se conecta seja com a ideia de sujeito seja com a de ente coletivo.

Incorporada à evocação de livre arbítrio renascentista e sua premissa antropocêntrica de elevação da potência cognitiva e criadora humana à força propulsora do cosmos, a noção de sujeito repercute igualmente nas acepções do reformismo calvinista de domínio racional do mundo. De um modo ou de outro, ambas terão impactos na formação da imagem iluminista do indivíduo que julga, logo exige a publicidade dos ordenamentos de poder e reivindica a responsável e livre manifestação de suas ideias. Mas, na ascendência da ideia de expressão, ressoam como, de Herder, se alastrou mediante o romantismo tanto a cobrança pelo reconhecimento da autenticidade afetivo-sentimental dos indivíduos quanto em favor da dignidade étnico-histórica dos povos. Absorvida pela esfera estética, um e

outro viés passaram a constituir as feições do problema em torno da expressão artística. Bem ilustrativas, as lutas da boêmia em favor da atitude libertária – a qual se queria ver emancipada frente à rotina burguesa – abriram caminho para os exercícios das vanguardas estéticas que vazaram o século XX. Exercícios devotados aos esforços para tornar autônoma a expressão cultural, quaisquer que fossem suas faces: pictórica, literária, corporal, musical e outras. Seus artífices e engenhos angariaram o *status* de demiurgo de toda e qualquer possibilidade criativa e comunicativa da espécie e algo assim revestiu e robusteceu o suporte ético e político da arte. Promovida, enfim, a epicentro de experimento e refinamento da expressão humana, a esfera estética avançou por outros campos erguendo a bandeira da emoção, da estima e da identidade. E redefiniu mesmo a esfera pública, deslocando o acento na troca de argumentos racionalmente elaborados para as disputas retóricas entre as autoimagens.

O último século deixou por legado, para além das marcas da industrialização, da urbanização e da tecnificação da guerra, a extensão sem igual dos meios e ambiências sintonizadas à realização do direito à expressão. Os potentes meios técnicos de reprodução cultural e da informação inseriram-se profundamente na importância, montante e volume adquiridos pelas manifestações públicas: passeatas, greves, desfiles marciais e civis, olimpíadas, festivais e outras.

São ilustrativas a respeito as cada vez mais constantes políticas públicas por parte de governos nacionais e regionais voltadas aos chamados patrimônios imateriais. Tendo por objetos os costumes, saberes, práticas populares, essas políticas de patrimonialização estão em observância às plataformas de incentivo e proteção da diversidade étnico-cultural do planeta tanto frente ao que seria o avanço dos imperativos de homogeneização próprios à lógica da indústria cultural (Brant, 2005a, p.21-56) quanto em complemento a projetos inscritos no combate à pobreza e marginalização social de populações. E ainda nas tentativas de alavancar a tolerância e a paz, dissolvendo o acirramento dos conflitos étnicos entre os povos. Plataformas de pluralidade cultural defendidas por organismos multilaterais como a ONU, por meio da Organização Internacional

do Trabalho (OMT) e Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPF), sobretudo pela Unesco que realiza, em 2003, a *Convenção para salvaguarda do patrimônio imaterial*, ao lado de organizações não governamentais, entre elas a Internacional Network for Cultural Diversity (INDC).[6] Em se tratando do Brasil, a montagem de pauta dirigida à preservação e promoção da cultura imaterial resulta do concerto de ações como o do Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC), da Fundação Pró-Memória, do Centro Nacional de Folclore e de Cultura Popular. Escudados na Constituição Federal de 1988, a qual torna lei o direito cultural e o respeito à diversidade étnica, os desdobramentos dessas iniciativas pioneiras alargam a compreensão do patrimônio histórico e artístico nacional, não mais o restringindo aos conjuntos arquitetônicos, documentos ou peças pictóricas e sonoro-visuais registradas como acervos de instituições devotadas aos bens cultos. O papel do ordenamento público, por meio do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), volta-se àqueles bens definidos como vivos, atuais, em razão da propriedade de serem processuais, enfim, virtuais. Assim, a salvaguarda deve, "antes, estimular e fortalecer as condições de circulação (troca) e a reprodutibilidade (transmissão e mudança) dos bens protegidos, ou seja, contemplar a natureza dinâmica e mutável de seus objetos" (Arantes, p.9).

Entusiasta desta promoção dos bens imateriais –, segundo o então ministro da Cultura do Brasil, Gilberto Gil, o incentivo estatal fornecendo "ferramentas técnicas, materiais e conceituais" contribuiu ao fortalecimento das populações carentes e não integradas aos padrões culturais eurocêntricos. Ajudaria, para ele, no fomento à cidadania em seus diversos aspectos. Entende que o associativismo empreendorístico teria impacto, a um só tempo, político e socioeconômico, mas o objetivo fundamental atenderia as estimas por meio da evocação das identidades e, da mesma maneira, viabilizaria o respeito à diversidade cultural (Fiochi, 2008).

6 Ver Obuljen, p.121-29

Nota-se que as políticas públicas orientadas para os patrimônios imateriais enfatizam o reconhecimento cultural como uma alternativa decisiva de construção e resgate da cidadania. São as expressões, justamente, o dado palpável e objeto de intervenção. Deste modo, ainda tratando do caso brasileiro, o jongo, o samba de roda do Recôncavo baiano, o samba carioca, o frevo, o acarajé, entre outros, tornam-se bens patrimonializados por sintetizarem modos de ser, agir e pensar reconhecidos e que dão a reconhecer uma "comunidade", tornando-a idêntica entre si frente às alteridades internas à ecologia humana (Almeida, 2006). Ora, não é à toa que a convenção da Unesco, aprovada em 2006, se volta à "diversidade das expressões humanas".

Ao mesmo tempo, todo o argumento a favor dos bens intangíveis dialoga seja com o incremento do trânsito de informações, em função do raio de atuação ampliado dos meios de comunicação e da linguagem digital, seja com o aumento no volume do comércio de bens e serviços de entretenimento, em especial os fluxos de áudio e audiovisual.[7] Deste modo, semelhante ao despertar da atitude romântico-folclorista de preservação da cultura popular, o empenho contemporâneo contracena com a dinâmica socioeconômica e técnica do capitalismo, no estágio em que as mercadorias culturais adquirem relevo sem precedentes históricos. Diferente da sua matriz europeia do século XIX, no entanto, a patrimonialização da cultura popular atual se insere no cômputo dos circuitos de diferentes escalas da economia simbólica. Inclusive não apenas colaborando na inserção de tais bens, mas reforçando sua diferença na esfera pública configurada para o movimento fremente das aparências.[8] Ao reafir-

7 Ver Goldsmith, 2005. Não é demais recordar que antecedendo, e mesmo tornando incontornável a convenção sobre a diversidade cultural, desde a década de 1980, as rodadas de negociações e plenárias em órgãos como a OMC e as discussões no Gate tiveram por fermento as disputas em torno das trocas de bens e serviços relativos a filmes e outros suportes audiovisuais, artefatos musicais e outros. A respeito, consultar Brant, 2005b, p.96-114.

8 Manuela Carneiro da Cunha (2005) chama atenção para os complicadores da política de preservação do patrimônio imaterial, na medida em que é aplicada a

mar o valor artístico-cultural dessas práticas e símbolos, retirando-os do mundo vulgar, a ação legitimadora de autoridades culturais – antropólogos e historiadores, principalmente – confere-lhes outro *status* na divulgação em canais tão diversos, sejam eles voltados aos meios cultos ou mais abrangentes – à maneira de jornais, TV e rádio, internet, CD-ROM com fins pedagógicos.[9]

Diante da sintonia possível pelo recurso ao tema da expressão, chegamos a uma ilação primeira nesta nossa argumentação. A saber, a despeito das peculiaridades entre os estágios históricos do mesmo processo enlaçando expressão, mercado e técnica, a dinâmica que se delineia em seu desenrolar revela como repercutiu fortemente o triângulo composto por técnica, dinheiro e esfera pública expressiva nas concepções de arte e educação, mesmo na ideia de cultura em geral, desde o século XIX. Inserida nesse contexto, a expressão foi – e tem sido cada vez mais – potencializada como recurso. Raymond Williams (1969) demonstra como a ideia mesma de cultura, a princípio, tornou-se uma resposta elitista aos impactos da mecanização da produção por parte de uma aristocracia plutocrática. Por sua vez, nos anos vinte do último século, Gramsci argumentava o quanto o peso da tecnificação no conjunto da vida das sociedades industriais levou a uma reorganização da cultura e da figura do intelectual, estando ambos cada vez mais vinculados ao anonimato e ao pragmatismo. Do conjunto dessas interpretações, concluímos que a síntese das etapas no desenvolvimento dos suportes técnicos midiáticos reorientou a produção e reprodução simbólica, dando um rele-

---

camadas sociais e povos com trajetórias bem diversas. Entre os impasses e dificuldades que pode gerar está, por obra do procedimento do registro dos bens, o ingresso de concepções de unicidade de autoria, própria à defesa da propriedade intelectual, no seio de círculos socioculturais em nada afinados com valores como originalidade e criatividade individual. Ver Cunha (2005, p.20-1)

9 A ocasião do último Carnaval no Rio de Janeiro é exemplar. Em uma das laterais da Passarela do Samba, local dos desfiles das principais escolas de samba da cidade, um grande *outdoor* destacava ser o samba carioca um "patrimônio brasileiro". Logo abaixo estava a logomarca da Petrobras, uma das patrocinadoras da última versão do evento.

vo historicamente original a tais mediações. Os livros, os jornais, a fotografia, a radiofonia, a fonografia e a televisão fizeram-se ícones de um tempo no qual a música, a dança, os esportes, a dramaturgia, o jornalismo se enraizaram no cotidiano, reformatando as expressões e canalizando-os sempre mais para os domínios do entretenimento. Sobre essas trilhas, toda uma divisão do trabalho e das funções efetiva e se amplia nos ramos de prestação de serviços regulada pelos mecanismos mercantis prevalecentes nas amplas e densas sociedades urbano-industriais e de serviços. No bojo dessa ampliação, a pressão da oferta e demanda contribui na definição de uma balança de poder dotando de distinção os protagonistas da cultura de mercado.

Doravante, os heróis e os épicos da narrativa moderna passam a florescer nesse espaço social da esfera pública cujo emblema é a exposição de autoimagens (individual e de grupos), a qual fomentou identificações e espelhou identidades na contrapartida de ter atingido em cheio às estimas, isto mediante o apelo da emoção – a matéria-prima elementar operacionalizada pelos bens culturais. Em meio ao mesmo embalo, a popularização das câmeras (analógicas e digitais), dos PCs, dos equipamentos de reprodução e ampliação sonora, mas também dos videocassetes e, recentemente, dos reprodutores e gravadores de DVDs, além dos telefones celulares e outros, contribuiu na difusão das bases para o incremento das condições de elaboração da duplicação audiovisual das expressões. Condições que, nas três últimas décadas, se tornaram constituintes dos ambientes formativos nos quais as crianças são educadas e suas sensibilidades moldadas pela sincronia entre corporeidade e técnica, delimitando determinada feição do humano. O cenário de tal educação é desenhado pelo advento de instituições e de formatos midiáticos à maneira da *World Wide Web*, a *Weblog*, o *MP3* e o YouTube, os quais estão requalificando a interação sócio-humana pelo *status* conferido aos fluxos da informação digitalizada.

O que denominamos de informacionalização das expressões tem nessas mesmas condições seu laboratório; situações em que os experimentos são gradualmente sistematizados em costumes e insti-

tuições, naturalizando em hábitos relativos a ritmos corporais em obediência a específica economia emocional. Portanto, inscrita nesse atual contexto, a figura histórico-cultural da expressão repõe o problema sobre os modos de objetivação das intenções humanas. Estamos cientes de que, nos domínios da sociologia, algo assim tem envolvido uma longa e sinuosa discussão sobre a disputa em torno da centralidade ou não da categoria trabalho e, inversamente, da inserção de outras possibilidades de mediação entre intenção e mundo.[10] Por isso mesmo, estamos convencidos de que, no cenário contemporâneo, a categoria expressão detém bastante relevância a esse respeito. O destaque dado ao reconhecimento das estimas e das identidades alia-se com as novas tecnologias de comunicação e à reconfiguração do capital. Poderíamos arrolar a hipótese de sermos, hoje, partes da ascendência da produção de subjetividades enquanto mecanismo sociopsíquico interno ao processo de informacionalização das expressões. O que nos leva especular sobre ter, este último, rebatimentos profundos nos modos de vida e na trama dos estilos pelo andamento da tendência civilizatória na qual a modelagem dos impulsos humanos se realiza cada vez mais em sintonia com o apelo do se dar a ver (e ouvir) engajado aos sistemas sociotécnicos de informação-comunicação.

***

Certamente, o enunciado mesmo de nossa hipótese é remissivo ao ponto nevrálgico desta fala – remete ao objetivo de insinuar a possível correlação entre equivalência das diversidades étnico-históricas promovida pelo dinheiro e a natureza da esfera pública contemporânea, a partir da centralidade gozada pela questão da expressão no debate e nas atuais lutas socioculturais. Porém, para uma perspectiva canônica do pensamento humanista, cometemos uma heresia ao tomar a importância do tema da expressão como imanente ao desen-

10 Para uma discussão preliminar a respeito, ver Farias (2007a).

volvimento de uma esfera pública definida pela autoapresentação de si e comprometida originariamente com o implemento da técnica. Afinal, um aspecto incontornável a respeito é o fato de que o avatar da industrialização trouxe, igualmente, em muitos dos exercícios literários e ensaísticos, a tendência de tratar o virtual impacto da técnica e a condição humana, em especial o que se demarcou como expressão, enquanto contraditórios entre si. Podemos até anotar desvios nessa rota. Momentos do século XIX representados pelas utopias socialistas apostando todas as fichas no deslanche da produção mecanizada, à maneira do *Falenstério* de Fourier e a acepção épica com a qual Marx se volta para o grande maquinário. Ou, ainda, a evocação fantástica e otimista do cientificismo na ficção de Júlio Verne, por exemplo. Porém tais e outras lembranças não camuflam o suficiente a senda trágica: *Frankenstein*[11] (de Mary Shelley)[12] e o *Médico e o monstro*

11 Também sugestivamente nomeado de o *Prometeu Moderno*.

12 Relatando uma de suas conversas com Lord Byron, no castelo deste último, a própria autora descreve o que a imagem que, ao anunciar, inspirou o livro: "A noite escoou por sobre essa conversa, e até mesmo a hora das bruxarias há muito havia passado, quando nos retiramos para repousar. Coloquei a cabeça sobre o travesseiro, mas não consegui dormir, nem podia dizer que estivesse pensando. Minha imaginação, solta, possuía-me e guiava-me, dotando as sucessivas imagens que se erguiam em minha mente de uma clareza que ia além dos habituais limites do sonho. Eu via – com os olhos fechados, mas com uma penetrante visão mental –, eu via o pálido estudioso das artes profanas ajoelhado junto à coisa que ele tinha reunido. Eu via o horrível espectro de um homem estendido, que, sob a ação de alguma máquina poderosa, mostrava sinais de vida e se agitava com um movimento meio-vivo, desajeitado. Deve ter sido medonho, pois terrivelmente espantoso devia ser qualquer tentativa humana para imitar o estupendo mecanismo do Criador do mundo. O sucesso deveria aterrorizar o artista; ele devia fugir de sua odiosa obra cheio de horror. Ele esperava que, entregue a si mesma, a centelha de vida que ele lhe comunicará extinguir-se-ia, que aquela coisa que recebera uma animação tão imperfeita mergulharia na matéria morta, ele poderia então dormir na crença de que o silêncio do túmulo envolveria para sempre a breve existência do hediondo cadáver que ele olhara como berço de uma vida. Ele dorme; mas é acordado; abre os olhos; avista a horrorosa coisa de pé ao lado de sua cama, afastando as cortinas e contemplando-o com os olhos amarelos, vazios de expressão, mas especulativos" (Shelley, 1997, p.9-10).

(Robert Louis Stevenson)[13] são apresentações do anúncio da peste que se abateria sobre a humanidade no rastro do desacorrentamento da arrogância promovida pela industrialização. Mais tarde, em *Metrópole*, de Fritz Lang, a encenação cinematográfica retrata a comoção de toda espécie tragada pela danação maquínica. Já em *Admirável mundo novo*, Aldous Huxley antecipa um futuro em que a autonomia promovida pela técnica gerou a renúncia à autorresponsabilidade, em nome da acomodação hedonista.

Nas quatro narrativas, elas mesmas ícones do prestígio adquirido pelas expressões em sua componente autorreflexiva e autocompreensiva, o mesmo fundamento: a percepção da e a acusação de *hubris* na base de todo o infortúnio humano. Ou seja, o excesso da atitude moderna de infringir os limites, de violar o cosmos, segundo a imagem de *A caminho do planetário* de Walter Benjamin, inspirada na Primeira Guerra:

> Se, como fez uma vez Hillel com a doutrina judaica, se tivesse de enunciar a doutrina dos antigos em toda concisão em pé sobre uma perna, a sentença teria de dizer: "A Terra pertencerá unicamente àqueles que vivem das forças do cosmos". Nada distingue tanto o homem antigo do moderno quanto sua entrega a uma experiência cósmica que este último mal conhece. O naufrágio dela anuncia-se já no florescimento da astronomia, no começo da Idade Moderna. Kepler, Copérnico, Tycho Brahe certamente não eram movidos unicamente por impulsos científicos. Mas, no entanto, há no acentuar exclusivo de uma vinculação ótica com o universo, ao qual a astronomia muito em breve conduziu, um signo precursor daquilo que tinha de vir. O trato antigo com o cosmos

---

13 Conjuntamente a *Frankenstein*, *O médico e o monstro* é registro como obra precursora do gênero ficção científica. Nela, o autor volta ao mito do duplo – já focalizado pelo romantismo alemão em *Doppelgänger*. Também em *The private memoirs and confessions of a justified sinner* (1824), o escocês James Hogg retoma a mesma narrativa, igualmente o que acontece em *A história maravilhosa de Peter Schlemihl* (1813), de Adelbert von Chamisso. O dualismo na novela de Stevenson constitui a personalidade do personagem Henry Jekyll, o qual se dilacera entre civilização e instinto; segurança e liberdade.

cumpria-se de outro modo: na embriaguez. É embriaguez, decerto, a experiência na qual nos asseguramos unicamente do mais próximo e do mais distante, e nunca de um sem o outro. Isso quer dizer, porém, que somente na comunidade o homem pode comunicar em embriaguez com o cosmos. É o ameaçador descaminho dos modernos considerar essa experiência como irrelevante, como descartável, e deixá-la por conta do indivíduo como devaneio místico em belas noites estreladas. Não, ela chega sempre e sempre de novo a seu termo de vencimento, e então povos e gerações lhe escapam tão pouco como patenteou da maneira mais terrível na última guerra, que foi um ensaio de novos, inauditos esponsais com as potências cósmicas. Massas humanas, gases, forças elétricas foram lançadas ao campo aberto, correntes de alta frequência atravessaram a paisagem, novos astros ergueram-se no céu, espaço aéreo e profundezas marítimas ferveram de propulsores, e por toda parte cavaram-se poços sacrificiais na Mãe Terra. Essa grande corte feita ao cosmos cumpriu-se pela primeira vez em escala planetária, ou seja, no espírito da técnica. Mas, porque a avidez de lucro da classe dominante pensava resgatar nela sua vontade, a técnica traiu a humanidade e transformou o leito de núpcias em um mar de sangue. Dominação da natureza, assim ensinam os imperialistas, é o sentido de toda técnica. Quem, porém, confiaria em um mestre-escola que declarasse a dominação das crianças pelos adultos como o sentido da educação? Não é a educação, antes de tudo, a indispensável ordenação da relação entre gerações e, portanto, se se quer falar de dominação, a dominação entre as gerações, e não das crianças? E assim também a técnica não é dominação da Natureza: é dominação da relação entre Natureza e humanidade. Os homens como espécie estão, decerto, há milênios, no fim de sua evolução; mas a humanidade como espécie está no começo. Para ela organiza-se na técnica uma *physis* na qual seu contato com o cosmos se forma de modo novo e diferente do que em povos e famílias. Basta lembrar a experiência de velocidades, por força das quais a humanidade prepara-se agora para viagens a perder de vista no interior do tempo, para ali deparar com ritmos pelos quais os doentes, como anteriormente em altas montanhas ou em mares do Sul, se fortalecerão. Os Luna Parks são uma pré-forma de sanatórios. O calafrio da genuína experiência cósmica não está ligado àquele minúsculo fragmento de natureza que estamos habituados a denominar “Natureza”. Nas noites de aniquilamento da última guerra,

> sacudiu a estrutura dos membros da humanidade um sentimento que era semelhante à felicidade do epilético. E as revoltas que se seguiram eram o primeiro ensaio de colocar o novo corpo em seu poder. (...). (Benjamin, 1993, p.68-9)

Diferentemente do que ocorre a Prometeu, contudo, a interpretação benjaminiana sugere que a desmesura então se perpetua em uma nova era: aquela do tempo linear infernalmente repetitivo, em que se acumulam ruínas no curso de uma história progressiva. Entretanto, em coerência com seu método das imagens dialéticas, o autor supõe a ascendência de irrupção revolucionária do vórtice mesmo das forças promotoras da estética dos escombros. Assim, ele concebeu o cinema como máquina de uma política transformadora pela experiência do choque a que estavam submetidas as massas urbanas das metrópoles industriais, fomentando a emergência de uma nova percepção e, consequentemente, expressões (Benjamin, 1975). Algo em nada sintonizado a seus colegas frankfurtianos, os quais diagnosticaram a modernidade tanto naquilo que Adorno e Horkheimer conceituam de "a dialética do esclarecimento" quanto na concepção de "consciência unidimensional" por Marcuse. Sob o signo bíblico da queda, essas narrativas concebem o incremento da técnica na denúncia de uma força desumanizadora ironicamente deflagrada pela ambição criadora, própria à humanidade. Excesso de confiança em si e insegurança comporiam a aliança maligna encerrando a modernização no mito do eterno retorno à degradação, subalternizando ainda mais no afã de emancipar.

Direção oposta foi tomada pelas narrativas identificadas à tradição pós-modernistas, a qual se ergueu sobre o legado de autores à maneira de Heidegger. Os últimos são igualmente críticos da era da técnica, porém tendo nesta o fruto mais ruidoso da prepotência antropocêntrica, sombra mesma do humanismo. Há, no entanto, aqueles intérpretes – cujo exemplo maior é McLuhan – que abandonando o apelo humanista, saúda a evolução interativa, mesmo complementar, entre instrumentos e corpo humano; para ele, sendo o "meio é a mensagem", o artefato continua e elucida as potencialidades sensó-

rio-motoras humanas. Sem o mesmo otimismo dessa pedagogia, Deleuze e Guatarri descrevem a humanidade na figura das alternâncias de fluxos e cortes entre máquinas "desejantes" dispostas nas tramas rizomáicas, no deslize superficial próprio à matéria, pura aparência. Por sua vez, Lyotard diagnosticou o desmonte do projeto huboltiano do saber movido à formação espiritual, em função do nivelamento do conhecimento em informação processável e perfomatizada nos circuitos da microeletrônica. A realidade simulada, de acordo com sentença de Pierre Lévy, teria absorvido as condições de toda experiência nos domínios da virtualidade.

A despeito de encaixá-las nesta ou naquela denominação ("apocalíptico" em oposição aos "integrados"), é interessante sublinhar o empenho do conjunto de intérpretes citados em dirimir o enigma dos limites da feição humana, na medida em que a secularização da história empurrou a experiência do fundamento da providência à ânsia da mudanidade empírica. No recurso ao vocabulário de Lévi-Strauss, diríamos que tal narrativa repõe a oposição mitológica entre subjetivo *versus* objetivo, a qual se tornou um dilema existencial, psicológico e socioantropológico. O desconforto encerra-se no seguinte: onde se encerram as fronteiras humanas: nos confins de sua alma? Na gama dos objetos que produz?

Na mesma esteira da história do pensamento social, o triângulo composto por Hegel, Marx e Simmel concentrou os esforços no sentido de oferecer uma saída filosófico-científica à questão. Os três voltaram-se ao tema do espírito objetivo e cada um, a sua maneira, encontrou tanto uma alternativa quanto deixou-nos outra vez em um dilema. Se Hegel concedeu à história o *status* de palco e substância mesma de aparição e resolução dos conflitos, o fez no recurso a um absoluto trans-histórico, ou melhor, decidiu-se por resolver toda a história no autoconhecimento fenomenológico do espírito. Marx escapou da transcendência incorpórea, ao privilegiar a materialidade produzida no curso social das reciprocidades tecidas entre disputas e novos ajustes de interesses de relações voltadas à sobrevivência material com instrumentos de aquisição e transformação da natureza. No entanto, ele concedeu centralidade à necessidade como mola pro-

pulsora e fator lógico da história, determinando um curso elucidado no implemento revolucionário dos mecanismos em favor da concretização da intencionalidade. Em Simmel, o alfa-ômega do trajeto humano estaria na tragédia do fluxo vital em se transformar ele mesmo em sua negação, na forma que o molda. Tal dialética se realizaria, na história concreta, pela incessante e sempre mais robusta emancipação dos meios, os quais se tornariam fins em si mesmos. No embalo desse movimento, o autor vislumbrou a desconexão e o isolamento do espírito subjetivo frente ao manancial de suas criações, estas o oprimindo pela volúpia da totalidade de sua extensão inabarcável.

Podemos considerar a interpretação dada pelos três autores como o retorno gradual à inevitabilidade da cultura enquanto uma encruzilhada em que objetivo e subjetivo estariam frente a frente, mas cindidos. Sem desprezar essa vertente, uma outra – e na qual aposto – compreende o quanto cada uma das contribuições justamente se propõe à resolução do mesmo enigma na atenção concedida para a expressão na condição humana. Elas atentam ao modo como bens e patrimônios instauram um senso de preenchimento de vazio, por inserirem cadência ao ritmo do desenrolar histórico enfileirando a temporalidade na sequência da perspectiva (futuro), da circunstância (presente) e da memória (passado). É inaugural o esforço hegeliano em desvelar o problema do reconhecimento na existência e experiência humanas pelo desenvolvimento da autorrelação do sujeito ativo do espírito. Pela mediação laboral, segundo Marx, a intenção adquire substância histórica e empírica, a qual se projeta no mundo, perfazendo a generalidade civilizatória. Signo de toda concentração de meios e riquezas advindos da cooperação humana, a peculiaridade de meio universal de equivalência do dinheiro manifestaria o feito da era burguês-capitalista de propiciar o intercâmbio entre todas as faces da humanidade. O dinheiro desvelaria em sua essência o movimento, a um só tempo pessoal e coletivo, de apropriação da natureza já modelada pelo trabalho; movimento civilizatório que realiza a socialização de cada indivíduo, mesmo que a figura do artifício monetário o faça aparecer um fetiche. Nos rastros da mesma discussão marxiana sobre o

equivalente universal, mas à luz da preocupação com as bases às motivações das condutas humanas, para Simmel (1999) a estilização, quer dizer, a expressão é a contrapartida do incremento das interdependências; no anverso da universalização do dinheiro estaria a modulação da subjetividade. Em tal andamento, a última se torna parte do comércio de valores.

As contribuições dos três intérpretes permitem encontrar no dinheiro espécie de catalisador histórico do feixe de alternativas consagradas como modos de exteriorização e simbolização. Neste sentido, o dinheiro define-se como plasma do entrecruzamento de valências sociofuncionais. Entrelaçamento de interações estabelecendo regras, no compasso em que as interdependências se dão a si mesmas suas próprias formas de ser e estas e, no anverso, supõem modos de aparecer e obterem reconhecimento. Lanço mão, aqui, de um idioma antropológico baseado no modo como Gregory Bateson propõe compreender o ritual do "naven", privilegiando a categoria de "cismogênese. Para ele, tal experiência define-se pelo exercício de descrição do comportamento humano, mas considerando a prerrogativa de estar o observador interno ao objeto da observação. Logo, eleger um dos aspectos na descrição da sociedade é a contrapartida da simbiose entre descrição e interpretação. Tal enquadramento metodológico efetivaria a plataforma teórica, para a qual a operação descritiva deve priorizar aqueles mecanismos em que "um único microorganismo pode revelar mecanismos essenciais para compreender qualquer organismo" (Bateson, 1958, p.23). Para o que nos interessa argumentar, uma subsequente concepção é a de que a diferenciação das normas comportamentais obedece aos desdobramentos dos processos interativos cismogenéticos. Assim, o autor enfatiza que anterior à angulação funcional e causal, os estudos de rituais devem ater-se ao estilo, à forma. Entendendo esta como o complexo resultante das interações e, igualmente, o plasma habilitado a qualificar as materialidades de suas manifestações em gestos ou domínios textuais.

À luz da proposição batesoniana, o debate sobre expressão, dinheiro e esfera pública contemporânea conduz as interdependências

sócio-humanas a suas potencialidades plásticas de estilizarem-se em formatos e, ao mesmo tempo, exulta a busca da economia biopsíquica e a moldura de valores cujos recursos simbólicos lhe conferem densidade significativa. Não se trata de abrir mão da topologia ontológica entre o "dentro" e o "fora", o "subjetivo" e o "objetivo", mas evitando substancializar a ambos. Pois o que se torna objeto de estudo são justamente as maneiras (isto é, recursos, rituais e procedimentos) como as agências (individuais e institucionais) possibilitam substancializar algo em expressão, ou seja, em aparição da intangibilidade das relações viabilizadoras das disposições à exteriorização significativa e sua virtual familiaridade enquanto componente tátil do mundo inteligível. Fator mundano este inerente à educação mesma das sensibilidades que são dispostas dialeticamente em diferente e idêntico, gênero e indivíduo, evento e processo, ato e artefato, acontecimento e patrimônio.

Para encerrar este esboço interpretativo, uma vez mais, sem o propósito etnográfico, apenas ilustrativo, tomaremos para análise um fato – desta vez, recortado do cotidiano brasiliense atual.

Situada em um dos blocos de prédios que constituem o conjunto arquitetônico da Quadra 201-Norte, em Brasília, a loja do Café Cristina insinua-se naquele arranjo de comércio e serviços de alimentação e lazer em razão de sua ambiência. Do espaço consta o balcão ao fundo, onde os clientes são atendidos por jovens baristas que conhecem curiosidades da marca para qual trabalham e são especializados não apenas no preparo de diversas alternativas da bebida: mas em suas *perfomances* extraem adornos do próprio líquido, ora são folhas e flores isoladas, ora surgem guirlandas. As três prateleiras em uma das laterais contêm, acima, as máquinas de preparo de diferentes tipos de café. Logo em seguida se dispõem, ao lado de distintos tamanhos de pacotes do produto, jogos de cozinha americano confeccionados em chita e outros objetos para o uso da bebida (xícaras com pires, bules, colherinhas e outros), além de peças artesanais de decoração (bonecas de pano figurando de negras quituteiras em vestido e turbantes brancos, junto a toalhas de mesa estampadas, etc.). Embaixo, também em chita, almofadas de vários

tamanhos. Ainda na lateral, a parede em frente, em estuque, deixa à amostra algumas varas de bambu, à maneira da aparência de casas populares no meio rural brasileiro. Aliás, a começar pelo nome, todo o cenário faz alusão a essa região e setor da vida do País, em especial aos modos de viver e aos conhecimentos transmitidos pela tradição de geração a geração. Cristina é nome de uma cidade situada no sul do estado de Minas Gerais, destacada pela qualidade da cafeicultura, segundo a informação do texto de um dos folhetos de divulgação ali presentes:

> Das muitas Minas e suas Gerais vêm o cantar, o tecer, o prazer e o colher.
>
> Trabalhar o grão leva tempo, talento e criatividade. Descobrir o sabor deste café premiado, não requer pressa. Tal qual a sabedoria mineira, é preciso tempo para conhecer o melhor café. Tempo para se tornar o melhor produtor. Um sonho que se transformou em realidade, em uma terra generosa com quem se dedica há mais de 100 anos para transformar café em ouro. É isso o que sempre fez Sebastião Alves Pereira, patriarca da Fazenda Colina da Pedra. E é isso que a sua família tem orgulho de continuar a fazer. Um café artesanal cultivado a uma altitude de 1.400 metros aonde um a um os frutos são colhidos manualmente e no ponto ideal de maturação. Com sentimento e habilidade. Com cuidado são levados para um terreiro suspenso onde são secos. Cada fruto é descascado num processo minucioso, de excelente resultado. Sentimento de nacionalidade no fazer, no colher, no trazer. Riqueza que vem de Minas. Do Brasil para os Brasileiros. Sabor e originalidade que não dá pra esquecer jamais.

Obediente ao prescrito no folheto, enquanto espera o atendimento e preparo de seu pedido, o consumidor é orientado a sem pressa percorrer os detalhes do espaço. Deve colher ele mesmo as informações a respeito daquela tradição, já que o ambiente mesmo conforma uma espécie de narrativa contada nas cores, texturas e formas dos objetos dispostos. Incluído no rol destes, os livros tratando do cultivo do café, da diferença dos grãos e até da Estrada Real, que no passado colonial permitia o trânsito entre as mi-

nas de ouro e o porto de Parati; hoje, roteiro turístico. Análogo ao processo de produção do produto, ali tradição e modernidade estão em complemento mútuo: o conforto (decorrente da tecnologia empregada e do serviço prestado pela mão de obra qualificada) é aliado da atmosfera aconchegante da prosa esticada, da atitude tranquila na realização simples da tarefa por quem é possuidor de um saber antigo, mas renovado. É como se se estivesse sentado em torno de uma mesa rústica, na cozinha de uma generosa casa de fazenda mineira.

Naquela ambiência, à maneira do que se dá com o patrimônio imaterial, são ressaltados os modos de ser e os saberes, dos quais aquela bebida-mercadoria é uma expressão. Modos de ser e saber responsáveis pela diferença do bem, que o posiciona original diante de seus virtuais concorrentes e o torna atraente para o consumo daqueles possuidores de "bom gosto" – e, a julgar pelos preços do cardápio, podem arcar com os custos da personalização do consumo. Justamente, se é o recurso aos tons e artefatos do cotidiano rural que dão o estilo da loja e dos produtos expostos à venda, os mesmos bens são enaltecidos por viabilizarem o desenvolvimento sustentado da comunidade inserida na dinâmica do agronegócio regional. Algo possível ao promover a melhoria das condições de vida da população local, incentivando a entrada no mercado da tradição artesanal feita em pano. Do que somos informados por outro folheto, também ali à mão:

> Numa parceria inédita com a Associação Sara Kauage, o Cristina está mostrando para as mulheres da região que elas são capazes de produzir muito mais do que excelente café. Das mãos habilidosas que cuidam da terra e colhem os frutos, estão brotando maravilhosas peças artesanais. São bolsas, almofadas, colchas, bonecas e uma série de outros produtos que estão fazendo com os períodos de entressafra se tornem tão produtivos quanto os períodos de safra.
>
> Graças ao apoio de Cristina esse trabalho de capacitação e renda que foi plantado lá atrás começa a gerar frutos. A atividade que essas mulheres estão desenvolvendo tem permitido a criação de políticas de trabalho, de um polo de arte na região e o mais importante: está trazendo

> de volta a autoestima de todos que se envolvem direta ou indiretamente com o projeto.
>
> Só para se ter uma ideia, os cursos semestrais, as oficinas, a doação de matéria-prima e o intercâmbio com estilistas e revendedores já beneficiou mais de 250 famílias entre 2005 e 2006.

Segundo a ênfase posta no texto do folheto, o principal resultado do fomento ao desenvolvimento sustentável está na devolução da autoestima ao trabalhador. Tal como se dá com o consumidor dos produtos na loja em Brasília – e ainda com o artífice alvo das políticas de patrimonialização da cultura imaterial –, por exemplo, dinheiro e estima estão na aliança visando atender às demandas por autorrealização em um plano bem além da satisfação biológica. Ambos tornam reconhecidas às autoimagens de produtores e consumidores finais, expressam-nas na mediação possibilitada pelo produto-mercadoria.

Ao final, somos tentados a sugerir que, se o dinheiro – de acordo com a afirmação de Marx – é a manifestação de todas as qualidades em sua generalidade abstrata de meio de troca universal, apenas no instante em que estas últimas são engendradas nos circuitos cosmopolitas de produção e consumo monetarizados, elas se tornam expressivas uma às outras. Instante em que conformam um fórum público de exposição, de apresentação de si. A prerrogativa de as diversidades serem capazes de equivalerem entre si está, exatamente, na passagem à condição de expressão, a qual se impõe o padrão às exteriorizações. Idênticas por corresponderem a específico gênero de forma e meio de classificação, na simétrica medida de se tornarem diversas umas às outras, já que a mesma natureza as definem pelas respectivas singularidades de propiciarem tanto a exteriorização quanto a simbolização de intenções e motivações.

A economia simbólica, portanto, encerra uma concepção de conjugar materialidade e espírito não propriamente de acordo com o eixo da economia política clássica (Farias 2007b). Sabemos estar a última estruturada em sintonia com a cosmologia (com sua caudatária narrativa) da moderna civilização ocidental, na confluência de dualidades próprias a esta última. Ou seja, entre sagrado e profano,

fé e conhecimento, razão e afetividade, tempo e espaço, racional e irrazão, ideal e empírico, real e ilusão, sujeito e objetividade (Latour, 1996). Espécie de síntese de tal eixo elementar, o dueto economia e cultura como resultou da economia política ressignificou as semânticas dos seguintes termos, ao serem estes introduzidos em outras polaridades. Assim se concertaram tensamente técnica e emoção, espírito e matéria, realidade e ficção, criatividade e determinação, artificial e natural, ócio e negócio, útil e inútil, singularidade e valor de troca, local e fluxo. Obra do século XVIII europeu, cultura e economia cruzaram os últimos séculos norteando duas lógicas sociais semelhantemente complementares em sua correlação dicotômica – as lógicas culturalistas e desenvolvimentistas da modernidade. Respectivas filhas diletas da economia política clássica e da linhagem romântico-historicista, ambas perseveram igual princípio da distinção entre o que seriam substâncias irredutíveis; a saber, aquela da singularidade e a da abstração. Talvez não seja exagero propor que tanto o embate quanto o atravessamento entre uma e outra cidadela compuseram decididamente o épico mesmo da expansão ocidental, deixando em seu rastro a instalação do sistema econômico-político mundial e a montagem da modernidade enquanto a primeira civilização planetária.[14]

Contemporâneos do século XXI, entretanto, nós assistimos a um ajuste sintático e semântico resvalar o sentido de toda herança da cosmologia moderna. Sem dúvida se trata de uma vicissitude da mesma dinâmica em que se encadearam, afirmativamente, adensamento urbano (com a virtual penetração de seus modos e estilos de vida pelo conjunto da experiência humana), industrialização, Estado nacional, mercado capitalista e esfera simbólica laica (Farias, 2009). Mas o fato é que economia e cultura, nas figuras do dinheiro e da expressão, já agora, cada vez mais, comparecem como matizes em uma mesma escala cromática e, logo, não mais dicotomias estruturais, por serem faces recíprocas da mesma dinâmica de uma esfera pública apta a fa-

14 Para um tratamento mais pontual deste argumento, ver Farias (2005).

zer visíveis os valores, tornar tátil o invisível – emoções, afetos, saberes e afins. A economia simbólica instaura-se um regime composto, em sua variedade institucional e limites às estratégias de encaminhamento de iniciativas, de repertórios lógico-conceituais deliberando possibilidades de codificações das manifestações socioculturais na dinâmica de uma esfera pública voltada para as imagens de si (indivíduos, grupos e espaços) no comércio de informações tecnologicamente disponibilizadas. Tendo em conta, ainda, o quanto, neste intercâmbio, unidade monetária e expressão cada vez mais se tornam recíprocos. Tal regime é, também, oriundo de arquiteturas normativas e tramas jurídicas decidindo o estatuto de propriedades e de possibilidades de alienação e acesso, na medida em que são ativadas outras modalidades de mercados e, também, de instâncias de visibilidade e transmissão legítimas de bens simbólicos.

Uma última palavra se refere, então, à maneira como repor os debates sobre identidades à luz do relevo teórico e analítico dado para o regime da economia simbólica. A nosso ver, há um vasto terreno empírico à espera de cuidados por parte das ciências sociais e este compreende as mediações, considerando a triangulação entre expressões, dinheiro e esfera pública contemporânea. Contudo, não nos parece ser o melhor caminho o de entender as mediações como pontos de vinculação, pois algo assim deixa sem resposta a pergunta sobre o que intermedeia as mediações. Creio que uma alternativa é aquela herdada da tradição hegeliana, mais tarde retomada por Adorno, para a qual a mediação não diz respeito ao que está entre, mas o que constitui. Deste modo, o exercício analítico e interpretativo sobre as identidades se reencontra com o problema em torno da formação, considerando os planos múltiplos de interdependências que as constitui. Sob tal ângulo, os seguintes aspectos parecem figurar cruzamentos constituintes relevantes, quando interessa observar como imagens coletivas e pessoais estão sendo tecidas e redefinidas nos processos sociais que envolvem síntese entre cultura e economia atualmente. São eles: as disputas em torno da classificação das práticas e dos símbolos; as redes institucionais, os círculos de intelectuais, e outros conversores, no trânsito de ideias que definem agendas de

cultura e desenvolvimento e seus efeitos na compressão sobre os saberes, fazeres e os artefatos; os princípios e as direções no implemento de políticas públicas voltadas para o setor cultural (incluído o tema dos patrimônios material e intangível); as relações entre estilos vidas, memórias coletivas e sistemas sociotécnicos informacionais; os enlaces dos circuitos e escalas monetarizados de produção, circulação e consumo com as matrizes, os gêneros e formatos culturais, considerando para isso modos e meios de produção, agências, vocabulários expressivos e, ainda, a diversidade das recepções e as alternativas dos usos, atravessados pela lógica mercantil.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, L. F. de. *Os sambas, as rodas, os bumbas, os meus e os bois*: a trajetória da salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil (1936-2006). Brasília: IPHAN, 2006.

APPADURAI, A. *Social life of things*. Cambridge: Cambridge Press, 1988.

ARANTES, A. A. Apresentação. In: *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, n.32 (Patrimônio Imaterial e Biodiversidade), 2005, p.9.

BATESON, G. *Naven*: a survey of the problems suggested by a composite picture of the culture of a New Guinea tribe drawn from three points of view. San Francisco: Stanford University Press, 1958.

BENJAMIN, W. A obra de arte no tempo da reprodutibilidade Técnica. In: *Os Pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1975.

______. Rua de mão única. In: *Walter Benjamin, Obras Escolhidas II*. São Paulo: Brasiliense, 1993.

BRANT, L. Dimensões e perspectivas da diversidade cultural no Brasil. In: ______ (Org.). *Diversidade cultural – globalização e culturas locais:* dimensões, efeitos e perspectivas. São Paulo: Escrituras Editora/ Instituto Pensarte, 2005a, p.21-56.

______. Diversidade cultural: política, caminhos, dispositivos. In: ______. (Org.). *Diversidade cultural – globalização e culturas locais:* dimensões, efeitos e perspectivas. São Paulo: Escrituras Editora/ Instituto Pensarte, 2005b, p.96-114.

CUNHA, M. C. da. Introdução. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, 2005, n.32 (Patrimônio Imaterial e Biodiversidade), p.20-1.

DURKHEIM, E. *A divisão do trabalho social*. 2 v. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FARIAS, E. O Cadafalso da metáfora – a metonímia da economia simbólica na polarização entre natureza e cultura. Comunicação apresentada à mesa temática Valor e antivalor – Forma e figura do empírico. *VIII Seminário interno de pesquisa do grupo cultura, Memória e Desenvolvimento*, Salvador, 14-16 dez. 2005.

______. Informacionalização das expressões na agenda de uma sociologia da sociedade de consumidores. *X Seminário interno do grupo de Pesquisa sobre Cultura, Memória e Desenvolvimento*. Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília, 12-14 dez. 2007a.

______. A cultura popular na fisionomia da economia simbólica no Brasil". *Revista Teoria & Pesquisa*, n.16 série 1, 2007b.

______. Um Percurso na Pesquisa sobre as Re-significações de Memórias de Práticas Lúdico-Artísticas Populares em Contextos de Modernização. In: FARIAS, E. e GUSMÃO, M. (Orgs.). *O mesmo e o diverso*: olhares sobre cultura, memória e desenvolvimento. Vitória da Conquista: Eduesb, 2009.

FENTRESS, J., WICKAM, C. *Teorias da memória*. Lisboa: Teorema, 1994.

FIOCHI, M. A. Uma política de ponta: entrevista com Gilberto Gil. *Revista Continuum*, n.7, jan.-fev. 2008, p.10-5.

GOLDSMITH, B. Diversidade cultural: política, caminhos, dispositivos. In: BRANT, L. (Org.). *Diversidade Cultural – globalização e culturas locais*: dimensões, efeitos e perspectivas. São Paulo: Escrituras Editora.Instituto Pensarte, 2005, p.91-114.

GRAMSCI, A. *Os intelectuais e a organização da cultura*. São Paulo: Civilização Brasileira, s.d.

HABERMAS, J. *Entre naturalismo e religião*: estudos filosóficos. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2007.

JAMESON, F. *A cultura do dinheiro*: ensaios sobre globalização. Petrópolis: Vozes, 2001.

LATOUR, B. *Reassembling the social. An introduction to actor-network theory*. New York: Oxford University Press, 1996.

MARX, K. *O Capital*: crítica da economia política. V. I. São Paulo: Nova Cultural, 1984.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. In: *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

MONTERO, P. Questões para a etnografia numa sociedade Mundial. *Novos Estudos Cebrap*, n.36, 1993, p.147-60.

OBULJEN, N. *Um resumo da história do instituto para a discussão de diversidade cultural para as relações internacionais*. Zagreb: Culturelink Network, s. d. (mimeo).

RIBEIRO, G. L. El sistema mundial no-hegemonico y la globalización popular. DAN-UnB, Série Antropológicas, 2007.

SAHLINGS, M. Cosmologies of capitalism: the Trans-Pacific sector the world system. *Procceding of the British Academy*, LXXIV, 1988, p.1-51.

SHELLEY, M. Introdução da autora. In: *Frankenstein*. Porto Alegre: LP&M, 1997.

SIMMEL, G. *Philosophie de L´Argent*. Paris: PUF, 1999.

VEYNE, P. *Les Grecs ont-ils a leurs Mythes? Essai sur l´imagination constituinte*. Paris: Seiul, 1983.

WALLERSTEIN, I. *Politics of the world-economy, the states, the movements and the civilizations*. Cambridge: Cambridge Press, 1997.

WILLIAMS, R. *Cultura e sociedade*. São Paulo: Cia Nacional, 1969.

2
Mediações tecnossociais e mudanças culturais na Sociedade da Informação

Marco Antônio de Almeida[1]

Introdução: do humano ao pós-humano, ou humano, demasiadamente humano?

Somos todos ciborgues.

Hoje essa frase talvez não provoque comoção nenhuma, quem sabe um pouco de curiosidade, mas há 25 anos atrás, quando Donna Haraway afirmou isso, causou um grande choque na academia. Suas concepções modificaram e influenciaram profundamente os estudos antropológicos, de gênero e de história da ciência e da tecnologia. Naquela época, computadores caseiros ainda não eram tão comuns, e *gadgets* como *walkmen* (depois substituídos pelos iPods), telefones celulares, medidores de pressão etc. não haviam ainda invadido o cotidiano das pessoas. Provavelmente, veio daí o espanto causado por seu *Cyborg manifesto*: science, technology and socialist-feminism in the late twentieth century (1985), escrito proposital-

---

1 Doutor em Ciências Sociais, professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da ECA-USP e do curso de Ciências da Informação e Documentação da FFCLRP-USP.

mente em um tom irônico, polêmico e politizado. Nessa obra, podiam ser lidas afirmações como:

> Um ciborgue é um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção. Realidade social significa relações sociais vividas, significa nossa construção política mais importante, significa uma ficção capaz de mudar o mundo [...] No final do século XX, neste nosso tempo, um tempo mítico, somos todos quimeras, híbridos – teóricos e fabricados – de máquina e organismo; somos, em suma, ciborgues. (Haraway, 2009, p.36-7)

Haraway filiava-se a uma linhagem de pensadores que refletiram sobre a relação entre seres humanos e tecnologia. Entre seus antecessores, dois merecem ser particularmente lembrados por sua importância no contexto norte-americano: Norbert Wiener e Marshall McLuhan.

Wiener participou do esforço de guerra norte-americano, que se notabilizou por seu caráter "técnico", no qual o cálculo ocupava parte decisiva. As redes de comunicação e colaboração entre cientistas, criadas em função da guerra, possibilitaram trocas de ideias, quebras de fronteiras do conhecimento e implementação de inéditos desdobramentos tecnológicos. Wiener engajou-se no desenvolvimento de novos mecanismos de defesa contra os aviões, integrando a tecnologia do radar e a das calculadoras, chegando assim a uma solução inédita até então, introduzindo o conceito de *feedback* (retroação). Com essa ideia, ele procurava descrever dispositivos informacionais capazes de ajustar seu comportamento a partir da análise que os mesmos faziam dos efeitos de sua ação. Assim, o mecanismo de *feedback* podia ser considerado como fonte de todo comportamento inteligente, inclusive de máquinas tão evoluídas quanto os seres vivos. Após o final da Segunda Guerra Mundial, Wiener escreveu *Cibernética e sociedade,* onde desenvolve sua proposta de comparação entre certos dispositivos automáticos e determinados comportamentos humanos, dando origem à cibernética. Os

seguidores de Wiener encaravam suas ideias como um aparato científico capaz de explicar o mundo como um conjunto de sistemas de *feedback*. Ou seja, era possível conceber o controle racional de máquinas, corpos, fábricas, comunidades, sistemas políticos etc. Desse modo, na virada dos anos 50 para os 60, a cibernética aparecia como uma espécie de chave ou de panaceia geral para os problemas científicos de todas as áreas – o que, obviamente, não se confirmou. Mas foi uma base fundamental para o desenvolvimento da moderna ciência cognitiva, da neurociência, dos ambientes da informação etc.

Já Marshall McLuhan não tinha uma formação de cientista, como Wiener – era professor de Literatura no Canadá. Tornou-se famoso, entretanto, a partir de seus estudos sobre a transformação cultural decorrente das mudanças nos meios de comunicação (criando frases e conceitos que se tornaram verdadeiros bordões, como a famosa ideia de vivermos em uma "aldeia global"). Sua obra *Os meios de comunicação como extensões do homem* (escrito em 1964) influenciou especialmente estudiosos da área de comunicação e cultura entre a segunda metade dos anos 60 e início dos 80, ao tornar amplamente conhecida a fórmula "o meio é a mensagem". Em síntese, McLuhan afirmava que a compreensão dos efeitos sociais da comunicação não podia prescindir da análise das características tecnológicas de sua transmissão. Se esse foi seu grande *insight*, segundo alguns de seus críticos, ele acabou perdendo força no conjunto de seu pensamento com o decorrer do tempo. Na visão de Gabriel Cohn (1977), por exemplo, o pensamento de McLuhan desvia-se do problema do controle dos meios de comunicação pelo homem para a questão do controle do homem por meio da mídia – e aqui já entramos no terreno do controle tecnológico e da ciência aplicada.

É aí que se mostra claramente a diferença do pensamento de Haraway em relação a estes autores. Na visão do *Manifesto ciborgue*, se a tecnologia conhecida até agora foi fator de dominação da sociedade patriarcal e capitalista, as novas tecnologias poderiam *abrir possibilidades* de mudança em relação a este estado de coisas. Se o que ela chama de "informática de dominação" é um sintoma e um sinal

de insegurança e empobrecimento cultural, "uma vez que grande parte desse quadro está conectado com as relações sociais da ciência e da tecnologia, é óbvia a urgência de uma política socialista-feminista dirigida para a ciência e a tecnologia". (Haraway, 2009, p.80-1) Haraway escreve este manifesto no calor da hora da revolução da microinformática que estava ocorrendo então no Vale do Silício. Constitui-se, assim, em um exemplo paradigmático do que Manuel Castells (2002a) irá definir como parte daquela mistura que constitui o "caldo de cultura" da internet: ciência desenvolvida nos *campi* universitários, contracultura radical libertária e programas de pesquisa militar (mais tarde se acrescentaria um quarto elemento, o empreendedorismo mercadológico).

Não iremos discutir essas perspectivas libertárias antevistas por Haraway, que se encontram ainda em estado potencial ou em disputa contra o "sistema" (ver, por exemplo, Berardi, 2005; Lazzarato & Negri, 2001). Interessa-nos, mais diretamente, explorar alguns aspectos propriamente culturais da integração seres humanos e tecnologia, como ela sugere em trechos como: "disputas em torno dos significados da escrita são uma forma importante de luta política contemporânea. Liberar o jogo da escrita é uma coisa extremamente séria" (Haraway, 2009, p.86). Desse modo, a "escrita-ciborgue" relaciona-se com o poder de sobreviver a partir da apropriação dos mesmos instrumentos, subvertendo a dominação e o controle. Indo um pouco além, poderíamos dizer que isso implica também a constatação de nossa complementaridade e dependência em relação aos aparatos tecnológicos.

Assim, interessam-nos os processos de mudança histórica das tecnologias de comunicação e suas consequências socioculturais, as interações que se estabelecem entre os seres humanos e os dispositivos técnicos que moldam nossa sociedade e cultura. Um impulso que, para muitos autores, nos está levando para além do humano, para uma condição pós-humana. Nessa perspectiva, examinaremos brevemente as características e mudanças envolvidas nos processos de leitura-escrita.

Leitor, espectador, navegador

Para Vincent Jouve (2002), a leitura é um processo que envolve cinco dimensões: a neurofisiológica (percepção, identificação e memorização de signos), a cognitiva (o esforço de abstração que converte palavras em elementos de significação), a argumentativa (a análise do texto enquanto *discurso*), a simbólica (a interação da leitura com os esquemas culturais dominantes de um meio e de uma época) e a afetiva – o processo de identificação emocional.

Entretanto, nenhuma dessas operações pode se dar sem um suporte material para a leitura-escritura. Desenrolar um pergaminho é significativamente diferente de folhear um livro, da mesma forma que passar de uma tela a outra do computador. Entram em jogo novas habilidades cognitivas e físicas, assim como se modificam os antigos conjuntos de referências a partir de novas possibilidades. Esse processo de constituição da figura do "leitor" – esse híbrido complexo constituído de um ser humano, uma linguagem, um suporte material e, em muitos casos, uma memória coletiva em processo de negociação com o presente – é fruto de um processo de mudanças culturais que ainda não cessou.

Nesse sentido, pode ser útil retomar a distinção entre três tipos de leitor, do ponto de vista cognitivo e da relação que é estabelecida com o material de leitura, tal como é proposta por Lúcia Santaella (2004): a) o leitor contemplativo, meditativo; b) o leitor movente, fragmentado; c) o leitor imersivo, virtual. O berço do primeiro é proporcionado pela leitura silenciosa que surge nas bibliotecas universitárias do final da Idade Média. Essa forma de leitura, mais rápida que aquela em voz alta, permitiu aos leitores de então não só a possibilidade de ler mais textos, como também a de enfrentar textos mais complexos. Esse é o leitor que se consolida na passagem da leitura intensiva para a leitura extensiva, um leitor capaz de contemplar e meditar, de revisitar continuamente, se necessário, livros e quadros claramente localizados no espaço. Em resumo, é o leitor que possui "o livro na estante, a imagem exposta à altura das mãos e do olhar. Esse leitor não

sofre, não é acossado pelas urgências do tempo" (Santaella, 2004, p.24).

O caso do segundo tipo de leitor é totalmente diferente: movente, fragmentado, é um filho daquela Modernidade encarnada no estilo de vida metropolitano tão bem descrito por Georg Simmel (1986). Esse leitor é um indivíduo imerso em uma metrópole povoada por uma multiplicidade de imagens, registros, mercadorias. Os mais diversos estímulos sensoriais e intelectuais colocam sua sensibilidade à prova ininterruptamente; sua percepção altera-se para responder mais adequadamente à vertigem da velocidade e da fragmentação que caracterizam os modernos centros urbanos. O fetiche da mercadoria é substituído pelo fetiche das imagens, continuamente repostas nas ruas, *outdoors*, vitrines, revistas e telas. Essa é a realidade que molda um novo tipo de leitor:

> O leitor do livro, meditativo, observador, ancorado, leitor sem urgências, provido de férteis faculdades imaginativas, aprende assim a conviver com o leitor movente; leitor de formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos; leitor de direções, traços, cores; leitor de luzes que se acendem e se apagam; leitor cujo organismo mudou de marcha, sincronizando-se à aceleração do mundo. (Santaella, op. cit., p.30).

Desse modo, a aceleração da percepção, da constituição de um novo ritmo da atenção situado entre a distração e a intensidade, proporcionou as condições para o surgimento do terceiro tipo de leitor: o leitor imersivo, virtual que navega entre as conexões e os nós das redes que configuram as arquiteturas líquidas dos ciberespaços. Trata-se de um tipo de leitor diferente dos anteriores, que, embora guarde algumas semelhanças com aqueles, ainda não teve suas características cognitivas plenamente exploradas. Ou seja, é um leitor radicalmente novo, que programa suas leituras navegando em uma tela, percorrendo um universo de signos movediços e largamente disponíveis, desde que não se perca a rota que leva a eles. Trata-se de um leitor que não mais vira as páginas de um livro disponível em

uma biblioteca para seguir as sequências de um texto, nem tampouco um leitor que tropeça em signos encontrados na rua, mas um leitor "em estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multissequencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, músicas, vídeo, etc." (Santaella, 2004, p.33).

Vale, nesse sentido, tentar estabelecer uma aproximação entre as atividades do leitor e a do espectador (de cinema, depois da TV) para tentar compreender o que está em jogo hoje com a tecnologia digital que reúne esses dois domínios culturais e cognitivos em um mesmo suporte físico. O cinema pode ser concebido como um *dispositivo de representação*, com seus mecanismos e sua organização dos espaços e dos papéis (é possível estabelecer analogias com os dispositivos de representação da pintura e do teatro, por exemplo, mas interessa-nos antes frisar as características peculiares de produção da imagem – a câmera, a tela em que ela é projetada etc.). O "mecanismo fílmico" une narração e representação em uma linguagem que se estrutura por meio de imagens, condicionando o olhar do espectador, por meio da manipulação do tempo, jogando com seus desejos e seu imaginário. O cinema é antes de tudo um dispositivo no sentido de determinar papéis: por exemplo, o papel do espectador que, identificando-se com a câmera e cooperando ativamente de diversas maneiras, contribui para que sejam produzidos os efeitos de sentido que o diretor previu em sua estratégia narrativa. No período inicial do cinema (de 1895 à aproximadamente 1908), encontraremos filmes preocupados em surpreender o espectador. São produções curtas, estruturadas em um ou mais planos autônomos, quase sempre de caráter documental (eram conhecidas por "vistas"), dispostas como se fossem números de variedades. Os exibidores tinham grande participação na ordenação dos filmes e no acompanhamento sonoro, constituindo as exibições cinematográficas de então em verdadeiras *performances* homem/máquina.

A câmera cumpria um papel de mero "registro da realidade", permanecendo fixa – o que acontecia também nas películas de ficção. Nesse caso, a relação que o espectador estabelecia com a tela era

a mesma que ele estabelecia com o palco no teatro: a câmera filmava uma cena como se ela ocupasse o lugar do espectador em uma poltrona na plateia. O filme era uma sucessão de "quadros", entrecortados por letreiros que apresentavam diálogos e outras informações. Aos poucos, a narrativa cinematográfica vai conquistando o lugar das "vistas" e criando uma linguagem própria, que, já na década de 1910, havia estabelecido sua sintaxe: "Ele é composto por uma cadeia de planos, articulados de forma a construir um espaço e um tempo homogêneos. Estes filmes convocam o espectador a entrar num mundo imaginário onde a narrativa se desenvolve de forma autônoma e autorreferente" (Costa, 1995, p.67-8).

A linguagem desenvolve-se a partir do projeto, ainda que implícito, de contar histórias. Institucionalizam-se, no cinema norte-americano principalmente, procedimentos como a "montagem invisível", que buscam ocultar as marcas de enunciação presentes no filme. Há a criação de estruturas narrativas que marcam uma nova relação com o tempo e o espaço, e outra experiência de recepção diferente da do *vaudeville*. Esse salto qualitativo é perceptível quando se passa da sequência das cenas que se sucedem no tempo para as sequências simultâneas (planos contrapostos, "campo/contra-campo"). O fator básico para a evolução da linguagem foi o deslocamento da câmera, que deixa de ser fixa para explorar o espaço, utilizando, quase que exclusivamente, dois tipos básicos de movimento: panorâmicas e *travelings*. Atualmente, a maioria dos movimentos de câmera combina esses dois tipos básicos de movimento, graças principalmente à leveza e à mobilidade dos equipamentos modernos. Além disso, a câmera não apenas se desloca pelo espaço como também o recorta: filma fragmentos amplos, pequenos ou detalhes.

Desse modo, o ato de filmar pode ser visto como um ato de recortar o espaço em imagens, a partir de um determinado ângulo, com uma finalidade expressiva. Mas não se trata só do espaço; outro elemento manipulado pelo cinema é o tempo. O tempo científico – aquele que pode ser medido, cronometrado – torna-se diferente do tempo da percepção, do tempo psicológico. A câmera lenta em oposição à rápida; a interrupção ou a inversão do movimento; a contra-

ção e a dilatação do tempo (*flash-back/flash-forward*) são mecanismos narrativos imagéticos que modificam nossa percepção do fluxo temporal. A reflexão sobre a linguagem do cinema demonstra que ela é uma sucessão de seleções e de escolhas.

Os aspectos cognitivos e subjetivos do ato de assistir filmes também são sublinhados por Hugo Mauerhofer, no processo que denomina de *situação cinema*. Ele destaca, entre outras características da *situação cinema*, a fuga voluntária da realidade cotidiana, a alteração das percepções de espaço e tempo provocadas pelo confinamento visual em um quarto escuro que reforçam um estado do espectador que vai se diferenciando tanto da vigília como do sono: "Confortável e anonimamente sentado em uma sala isolada da realidade cotidiana, o espectador espera pelo filme em total passividade e receptividade – condição esta que gera uma afinidade psicológica entre a *situação cinema* e o estado do sono" (Mauerhofer, 1983, p.377). Temos aqui uma forte aproximação entre o papel do espectador e o papel do leitor. Vincent Jouve utiliza uma comparação idêntica à de Mauerhofer, ao se indagar o porquê da leitura de romances acordar o eu imaginário adormecido no adulto, transportando-o para a vida na infância na qual histórias e lendas eram tão presentes, aproximando a leitura do estado de sono:

> Em termos de energia psíquica, a situação do sujeito que lê aparenta-se com a do sonhador. A leitura, como o sono, fundamenta-se na imobilidade relativa, uma vigilância restrita (inexistente para aquele que dorme) e uma suspensão do papel de ator em favor do de receptor. O leitor, colocado assim numa situação econômica parecida com a do sonhador, deixa suas excitações psíquicas se engajarem em um início de 'regrediência'. (Jouve, 2002, p.115)

Essa postura, entretanto, só é "passiva" na aparência. Vários estudiosos, como Roland Barthes, Michel de Certeau, Umberto Eco, os teóricos da Escola de Constança etc. destacaram o papel ativo desempenhado pelo leitor, seja na apreensão de textos narrativos ou de outros gêneros. Jouve observa que se "certos níveis de sentido

(determinados pela obra) são, em princípio, perceptíveis por todos, não é menos verdade que cada indivíduo traz, pela sua leitura, um suplemento de sentido. A análise, se pode destacar o que todo mundo lê, não saberia dar conta de tudo que é lido." (idem, p.103)

Os processos de identificação ativa e as coordenadas interpretativas fornecidas pelo autor são importantes na medida em que podemos considerar a complexidade dos textos (romances, filmes, peças etc.) como decorrente do fato de eles serem entremeados de *não ditos*, como observa Umberto Eco. Para preencher esses "espaços" não manifestos em sua superfície e atualizá-los no plano do conteúdo, o texto necessita, de forma decisiva, dos movimentos cooperativos e ativos por parte do leitor. Ainda segundo Eco, o texto, na medida em que passa da função didática para a função estética, deixa ao leitor a iniciativa interpretativa (embora com uma margem suficiente de univocidade). Assim, o "dispositivo de leitura" demanda não só identificação, mas também uma colaboração ativa do leitor no sentido de "interpretar" o texto a partir das coordenadas construídas pelo autor (Eco, 1986). Como observa David Olson (1997, p.125) "num certo sentido, a leitura exige de todo leitor que ele se torne ator; o leitor precisa 'interpretar' as linhas que lê, assim como um ator precisa 'interpretar' o texto para o público, enunciando as suas falas com a expressão correta".

O que se percebe, observando a produção cultural contemporânea, é que essas múltiplas interpretações, antes de ser evitadas, são *encorajadas* pelas obras; boa parte da chamada estética "pós-moderna" repousa na ideia de um leitor/receptor *ativo*, com níveis cada vez maiores de sofisticação, capaz de construir as pontes intertextuais entre romances, filmes, quadrinhos, música etc.

Parece-nos útil refletir acerca da ideia de um "excesso de informação" que, no limite, inviabilizaria a prática da leitura, retomando a classificação proposta por Santaella. Talvez esse seja um falso problema, na medida em que partiria de uma idealização de um tipo de leitura e de um tipo de leitor historicamente datados – o leitor contemplativo, meditativo, descrito anteriormente – que não corresponderia aos leitores efetivos ora existentes. Algumas observações fei-

tas por Pierre Bayard (2007) podem ajudar a esclarecer esse ponto. Para ele, habitamos um *continuum* que se estabelece entre os idealizados polos opostos e complementares da leitura plena e imersiva de um lado, e de outro, da não leitura total. Desse modo, Bayard propõe uma nova e singular classificação para os livros, a partir de sua experiência de leitor e das leituras possíveis: "LD designa livros que desconheço, LF os livros que folheei, LO os livros que ouvi falar, LE os livros que esqueci. Essas abreviações não são exclusivas umas das outras" (Bayard, 2007, p.18-9). Também inclui nessa divisão os livros lidos e os livros não lidos (que até poderiam estar presentes, mas que nunca são utilizados). Bayard, na verdade, ao propor essa nova divisão, está ironizando as distinções artificiais que consolidam determinada imagem da leitura que impede perceber como ela é efetivamente vivida pelos leitores.

Nesse sentido, a leitura aproxima-se muito mais de uma produção feita a partir de muitos fragmentos (de diversos tamanhos e procedências), uma *bricollage*, como observou Michel de Certeau (1990), levada à cabo pelos leitores a partir de suas experiências, de seu contexto e de seu capital cultural. O que observamos hoje, com o hipertexto proporcionado pela tecnologia digital, é a radicalização desses processos facilitada por uma nova encarnação material dos textos em suas múltiplas formas. Por outro lado, se em boa parte da história humana viveu-se em uma relativa escassez (ou dificuldade de acesso) de materiais simbólicos para a maior parte da população, hoje essa situação se reverteu. Vale, portanto, refletir um pouco acerca do propalado excesso de informações e conexões comunicativas que caracterizariam a chamada "Sociedade da Informação".

Sociedade da informação, redes, sociabilidades

Assistimos hoje, graças aos processos de globalização e às novas tecnologias, a uma transformação nos modos de vida tradicionais. Uma das características dessa sociedade, como lembra Anthony Giddens (1991), é que ela se ancora em "sistemas peritos", que são

mecanismos abstratos de construção de confiança. Assim, por exemplo, ao entrar em um avião ou utilizar os serviços de um banco, uma série de processos que demandam informações é acionada. Os atores envolvidos desconhecem essas informações na maioria das vezes, mal se apercebendo de sua existência e da quantidade de tecnologia e responsabilidade que implicam. Mas são estes sistemas que dão suporte à existência cotidiana, e a maior parte dos indivíduos simplesmente aceita sua existência, confiando plenamente que desempenhem o papel que lhes cabe, mesmo entendendo muito pouco ou absolutamente nada sobre como funcionam. Por outro lado, Giddens frisa que os atores são sempre *reflexivos* e podem alterar seu comportamento a qualquer momento, o que produz um fluxo constante de mudança social. Mas ele descarta a identificação da ação com a racionalidade e a transparência do sujeito em relação a si mesmo: subdividindo a consciência em "prática" e "discursiva", enfatizando que os atores são sempre hábeis na vida social, sem que isso implique, necessariamente, um conhecimento mais conceitual, e, portanto, articulável discursivamente, das regras que regem seus processos interativos, embora muitas vezes lhes seja possível traduzir suas ações em explicações bem-articuladas. Assim, a consciência prática permite-nos seguir regras e mudá-las sem que nos questionemos sobre seu significado e características. Giddens atribui à noção de "estrutura" um caráter *condicionante* da ação dos atores e, ao mesmo tempo, *capacitador* de suas ações. Isso quer dizer que a estrutura é, simultaneamente, composta de "regras" e "recursos", que definem parâmetros para a ação, fornecendo-lhes também os instrumentos, do contrário inexistentes, para agir. Obviamente, a tecnologia desempenha um papel importante em tudo isso, e não seria forçado pensar a Internet a partir da noção de sistema perito proposta por Giddens, talvez o exemplo mais recente desse tipo de sistema, sobre o qual se constroem diversas visões.

A utopia/distopia contemporânea da internet como um tipo de curto-circuito cultural deve ser ponderada: se de um lado temos a multiplicidade de informações e de acessos a novos *sites* e domínios, por outro lado é importante lembrar que uma das características dessa

cibercultura – a velocidade, o constante fazer e desfazer –, choca-se com um dos aspectos da Cultura, que é o de sua permanência/duração. Nesse sentido, uma das críticas que se tornaram comuns à cibercultura (ainda nos moldes apocalípticos da crítica à indústria cultural) é a de que ela seria padronizada, rasteira, inconsequente. As informações que proporciona seriam, em sua maioria, superficiais, pouco confiáveis, quando não, ideologicamente manipuladas. No fundo, serviria apenas aos interesses da sociedade de consumo, caracterizando-se como uma falação constante e descartável, tal como se apresenta nas trocas de e-mails, nos chats e nas redes sociais como o Orkut e o Facebook. Outras perspectivas, como por exemplo a de Manuel Castells, enxergam nesse diagnóstico um certo senso comum que faria da internet um *playground* de *nerds* e tarados virtuais, onde as pessoas se ocupariam exclusivamente de fofocas, teorias da conspiração e sexo: "Isso é extremamente minoritário, muita gente não tem tempo para isso. O que ocorre é que aquelas histórias de identidades falsas, de que as pessoas se disfarçam de qualquer coisa, de dizer ser o que não são, fazem a delícia dos sociólogos pós-modernos" (Castells, 2003, p.275).

Um breve excurso em torno de alguns conceitos sociológicos talvez ajude a esclarecer melhor essa dicotomia.

A relação indivíduo & sociedade é um dos temas clássicos da Sociologia – talvez seja, por excelência, seu tema principal. Émile Durkheim irá defender o primado da sociedade sobre o indivíduo: o indivíduo nasce da sociedade e não o contrário. Consequentemente, também defende o primado do *todo* sobre as *partes* ou irredutibilidade do conjunto social à soma dos elementos que o compõem, propondo uma explicação dos elementos pelo todo. Nesse sentido, postula o conceito de consciência coletiva, um "conjunto das crenças e dos sentimentos comuns à média dos membros de uma sociedade"; que formaria um sistema determinado, que possui vida própria, mas que existe em virtude dos sentimentos e crenças presentes nas consciências individuais, mas distinto das mesmas, pois possui suas próprias leis e não é efeito delas (Durkheim, 1978, p.40 e ss.). A cisão indivíduo/sociedade presente na visão durkheiminiana foi bastante

influente na determinação dos rumos dos estudos sociológicos, relegando, de certa maneira, o estudo dos indivíduos a um papel subalterno dentro do campo da sociologia ou expulsando-o para os domínios da psicologia.

Uma outra forma totalmente distinta de se abordar essa relação no âmbito da teoria sociológica é representada por autores como Georg Simmel e Norbert Elias. Em ambos os autores, a perspectiva é a de que o social é um conjunto de relações. A totalidade social (seja "sociedade", "grupo" ou "comunidade") é constituída por um todo relacional, fruto do conjunto das relações que as partes que o compõem estabelecem dinamicamente a cada momento. Assim, não faz sentido a cisão indivíduo *versus* sociedade: só existe indivíduo *na* sociedade e sociedade *no* indivíduo. Sociedade e indivíduo se constroem reciprocamente – "indivíduo em si", assim como "sociedade em si", não passariam, no fundo, de mitos ou simplificações datadas.

Simmel empenha-se em estudar a Modernidade e as formas específicas de sociabilidade geradas por esse período histórico e que determinariam as relações dos indivíduos entre si e deles com a sociedade. A modernidade se caracterizaria, nessa perspectiva, por criar um estilo de vida baseado na *estilização* dos comportamentos (envolvendo, entre outros, elementos como calculabilidade, pontualidade, padronização), implicando em uma multiplicidade e variabilidade de papéis sociais que os indivíduos desempenham em diferentes contextos e momentos (Simmel, 2006). Utilizando uma terminologia mais contemporânea, poderíamos dizer que há, na visão de Simmel, uma perspectiva da sociabilidade como *processo relacional em rede*:

> O moderno estilo de vida está relacionado com uma grande variedade de formas de socialização, modos como a sociedade realiza a cada instante a síntese particular que a configura como sociedade. Essas formas de socialização devem ser investigadas (assim o faz Simmel) enquanto "formas de jogo", pois elas supõem e realizam um "jogar com" que estabelece laços entre os homens, de um ao outro e do outro a um próximo, *ad infinitum*, em uma rede que comporta uma circularidade

> infinita, mas que também se estende para além de todas as fronteiras e círculos sociais. (Waizbort, 1996, p.29)

Simmel resgata o caráter lúdico de diversas formas de sociabilidade, estabelecendo uma relação entre esse traço e os modernos estilos de vida. O aspecto relacional e o caráter lúdico da sociabilidade moderna refletem-se no interesse tanto de Simmel como de Elias pelos aspectos microssociológicos da vida contemporânea: a moda, a comida, a arte, a metrópole, a prostituição, são analisadas como formas de interação particular que permitem o acesso à teia de relações que compõem o todo social:

> A fome, o amor, o trabalho, a religiosidade, a técnica, as funções ou os resultados da inteligência não são, em seu sentido imediato, por si sós, sociais. São fatores da sociação apenas quando transformam a mera agregação isolada dos indivíduos em determinadas formas de estar com o outro e de ser para o outro que pertencem ao conceito geral de interação. A sociação é, portanto, a forma (que se realiza de inúmeras maneiras distintas) na qual os indivíduos, em razão de seus interesses – sensoriais, ideais, momentâneos, duradouros, conscientes, inconscientes, movidos pela causalidade ou teleologicamente determinados –, se desenvolvem conjuntamente em direção a uma unidade no seio da qual esses interesses se realizam. (Simmel, 2006, p.61)

Exemplo particularmente revelador dessa dinâmica nos é dado por Simmel quando ele aborda a conversação. Para ele, a *conversa* é o suporte mais difundido de toda comunidade humana, cumprindo um papel decisivo tanto na seriedade da vida, quando permite a partilha de conhecimentos e a possibilidade de entendimento entre os indivíduos, como na vida sociável, na qual a conversação se transforma em *arte* de conversar, com um fim em si mesmo e com suas próprias regras artísticas. Simmel assinala aqui o duplo sentido, na língua alemã, da expressão entreter-se (*sich interhalten*), que significa simultaneamente "conversar", "entreter-se" ou "distrair-se". Assim,

> Por isso é que pertence à essência da conversa sociável o fato de seu objeto se alterar fácil e rapidamente. Uma vez que o objeto aqui é apenas um meio, ocorre-lhe ser tão variável e ocasional como o são em geral os meios frente às finalidades estabelecidas. Desse modo, como foi dito, a sociabilidade oferece um caso possivelmente único no qual o falar se torna legitimamente um fim em si mesmo. Por ser puramente bilateral – e, talvez, com a exceção da "troca de olhares", a forma de bilateralidade mais pura e sublime entre todos os fenômenos sociológicos —, ela se torna o preenchimento de uma relação que nada quer ser além de uma relação, na qual também aquilo que de resto é apenas forma de interação torna-se seu conteúdo mais significativo. (idem, p.76)

Os indivíduos encontram-se, para Simmel, nos pontos de cruzamento dos círculos sociais, estabelecendo relações interdependentes. No desempenho dos diversos e, muitas vezes, divergentes papéis sociais, os indivíduos concretizam os fios da rede de reciprocidades e entrelaçamentos que os unem entre si e com a "sociedade". A emergência de novas formas e meios de comunicação amplia essa *rede*, levando-a a novos patamares e (re)criando formas de sociabilidade adequadas ao "estilo de vida moderno", utilizando a terminologia de Simmel. O estilo de vida moderno, que é diretamente correlacionável a um modo de vida urbano (ou metropolitano, no vocabulário de Simmel), caracteriza-se fortemente por seu pendor para o individualismo, uma tendência não apenas *cultural*, mas também *material*, no que diz respeito a um sistema de crenças e valores enraizados no cotidiano dos indivíduos e que informa seus comportamentos.

A internet seria, portanto, apenas o último dos meios de comunicação e informação que possibilitam o surgimento de redes sociais cada vez mais complexas onde, paradoxalmente, o individualismo pode desenvolver-se. O desenvolvimento de projetos individuais e coletivos nas sociedades contemporâneas encontra na internet a possibilidade de uma extensão dos limites físicos do cotidiano, gerando canais de comunicação, comunidades e redes de afinidades. Para Manuel Castells (2003) o êxito das comunidades virtuais está relacionado, em geral, ao fato de elas estarem voltadas para a execução de tarefas ou perseguir interesses comuns. As formas encontradas

na internet que possibilitam a comunicação interpessoal, o trabalho colaborativo e o acesso às informações se multiplicam. Do e-mail aos *sites*, passando pelos *chats* e pelos *blogs*, a internet é um amplo arsenal de possibilidades. Constroem-se, assim, no espaço virtual, novas formas de expressão das individualidades, assim como comunidades de indivíduos com interesses comuns. O crescimento exponencial do ciberespaço tem resultado, no entanto, em uma certa fragmentação da informação, inerente a sua própria natureza idiossincrática, o que muito dificulta a divulgação de corpos de conhecimento especializados, como, por exemplo, a ciência.

Nessa perspectiva, Castells alerta que o elemento de divisão social mais importante não é a conectividade técnica, e sim a capacidade educativa e cultural de utilizar a informação. Trata-se, portanto, de saber onde está a informação, como buscá-la, como transformá-la em conhecimento específico para aquilo que se quer fazer. A informação-conhecimento já é seletiva por seu próprio conteúdo, e também pelos procedimentos de pesquisa dos usuários. A forma de construir e apresentar a informação, prevendo os meios para acessá-la, não é universal, está relacionada muito mais aos esquemas culturais de quem a disponibiliza do que aos esquemas de quem as busca. Essa constatação demarca a ingenuidade – ou o oportunismo – do postulado de uma "neutralidade técnica" da organização da informação. Nesse sentido, torna-se evidente a importância dos processos de mediação cultural e da informação.

Para as Ciências Sociais, a noção de mediação está intrinsecamente ligada às chamadas "teorias da ação". Nesse sentido, "ações sociais são sempre parte de sistemas mais amplos e de processos de compreensão intersubjetiva, o que introduz a questão do papel do agente ('mediação humana') nos processos por meio dos quais as ações são coordenadas" (Outhwaite & Bottomore, 1996, p.3). A ação é sempre situada e analisada na esfera da vida pública; nesse sentido, a comunicação é um fenômeno que parece fundamentar a ação. As mediações são, nessa perspectiva, as conexões que se estabelecem entre as ações sociais e as motivações (individuais/coletivas). Essa última definição sintoniza-se com o que Davallon (2003) con-

sidera como um dos sentidos de senso comum atribuído à ideia de mediação: a ação de servir de intermediário ou de ser o que serve de intermediário. Cristaliza-se aqui a concepção de que essa ação não é o estabelecimento de uma simples relação entre dois termos de mesmo nível, mas que em si ela é produtora de um "algo a mais", de um estado mais satisfatório. O que é importante destacar aqui é que os aparatos tecnológicos também são instrumentos de mediação (e poderíamos, nesse sentido, resgatar McLuhan e sua ideia dos "meios de comunicação como extensão do homem").

Sob esse prisma é que nos parece importante abordar a questão da inclusão-exclusão digital.

Em primeiro lugar, é necessário esclarecer a relação inclusão/exclusão digital e a inclusão/exclusão social. Afinal, o que se quer dizer com isso? A inclusão social não é apenas uma questão referente à partilha adequada dos recursos, mas também de possibilidade de participar na determinação das oportunidades de vida, tanto individuais como coletivas. Essa ideia sobrepõe-se ao conceito de igualdade econômica, mas não é equivalente. Existe a possibilidade dos mais desfavorecidos poderem ter participação e inclusão mais plena (assim como dos mais favorecidos terem problemas de exclusão social por conta de fatores como perseguição política, discriminação racial, de gênero, opção sexual, idade etc., mas isso não nos interessa aqui).

A premissa que se encontra sob o conceito de inclusão digital é que a capacidade de acessar, adaptar e criar novos conhecimentos por meio das TICs é decisiva para a inclusão na chamada "Sociedade da Informação". O acesso a essas tecnologias é decisivo para a inclusão social. Segundo Warschauer (2006), existem dois modelos de acesso mais comuns: a) equipamentos e b) conectividade. Ainda que sejam importantes, o que é mais importante não é tanto a disponibilidade do equipamento ou da rede de internet, mas sim a capacidade pessoal do usuário de fazer uso desses equipamentos quando pensamos em um acesso pleno, o que torna necessário pensar em um terceiro fator, que é o letramento. Tanto o letramento quanto o acesso as TICs dependem de um artefato físico e o usuário desse artefato precisa ter uma habilidade de leitura que o torne capaz de

processar e utilizar a informação. Tanto as TICs quanto o letramento envolvem não apenas a recepção da informação, mas também seu "processamento". Ambos estão vinculados com as noções de exclusões existentes na sociedade: a grande exclusão associada ao letramento e a exclusão digital. Para Warschauer (2006, p.66), "embora o senso comum defina o letramento como habilidade individual de ser capaz de ler e escrever, os teóricos do "novo letramento" preferem uma definição mais abrangente, que leva em consideração os contextos sociais de prática associada ao letramento". Para alguns teóricos, o que se considera como leitura ou escritura hábil pode variar amplamente de acordo com os contextos socioculturais, políticos e históricos. Ou seja: ler é *sempre ler alguma coisa*: "Ler é um verbo transitivo; aprender a ler significa inevitavelmente aprender a ler alguma coisa. Ler e entender essa alguma coisa envolve trazer à luz uma grande quantidade de conhecimento ou esquemas de fundo" (idem, p.72). O significado e o valor do letramento variam em contextos sociais específicos. As aptidões referentes ao letramento existem em gradações e não em uma posição bipolar entre letrado e iletrado.

Fechando o círculo e retomando Donna Haraway, a inclusão digital é a possibilidade de que todos possam tornar-se ciborgues. Mais que a inclusão, o que se vislumbra nesse processo é uma possibilidade de emancipação.

Considerações finais: *borgs* ou ciborgues?

A revolução digital obviamente trouxe e ainda traz fortes mudanças socioculturais. Na perspectiva de muitos autores, ela teria proporcionado um salto antropológico tão vasto quanto o provocado pela revolução neolítica. A introdução das novas tecnologias modifica potencialmente todas as esferas da sociedade. As tecnologias nos permitem ver o que não víamos antes, ao mesmo tempo em que tornam o processo mais complexo, fazendo crescer as camadas de mediação. Desse modo, ressurgem questões que, desde os sécu-

los XVIII e XIX, permanecem: como articular a eclosão do indivíduo e a inclusão na coletividade? Como distribuir ou permitir o acesso ao conhecimento às pessoas? Como possibilitar que a tecnologia beneficie as pessoas, em lugar de subjugá-las ou prejudicá-las?

A última pergunta, particularmente, suscitou muitas respostas da imaginação humana. Para ficarmos apenas no terreno da literatura do séc. XIX, teríamos a visão romântica desencantada do pioneiro *Frankenstein* (1818) de Mary Shelley, passando pelo otimismo tecnológico de Julio Verne e a visão sombria carregada de crítica social de H. G. Wells. Adentrando o século XX, a lista se multiplicaria: Aldous Huxley, George Orwell, Karel Kapek, Kurt Vonnegut... O cinema e a TV trataram de popularizar a temática, ora apresentando visões otimistas e confortadoras da ciência, muitas vezes a explorando em tons cômicos, ora apresentando visões apocalípticas e distópicas dos desdobramentos da tecnologia. Um espaço de disseminação dos dois tipos de visão, bem popular no âmbito da cultura *pop* audiovisual, é aquele representado pelo conjunto de séries que compõem o universo de *Star trek* (*Jornada nas estrelas*).

Em *Jornada nas estrelas*: a nova geração, fomos apresentados aos *borgs,* uma raça alienígena composta por humanoides com implantes e próteses tecnológicas que os conectam entre si. Seu objetivo é adquirir conhecimento (leia-se tecnologia) de outras raças, e assimilar as espécies humanoides a seu "Coletivo". Os *borgs* possuem uma consciência coletiva, sem espaço para demonstrações de individualidade ou emoção – com exceção de suas rainhas. Essa ausência de identidade individual é ilustrada pela inexistência de nomes próprios: os *borgs* são identificados apenas por números. A metáfora é bastante clara: trata-se de uma reatualização da distopia de *Admirável mundo novo*: a mesma deserotização, a mesma homogeneidade, só que agora com um substrato bélico-expansionista antenado com as pretensões norte-americanas do período Reagan-Bush. De novo também é possível perceber o impulso romântico primal presente em *Frankenstein*: a tecnologia pode produzir monstros.

Curiosamente, os humanos e seus aliados da Federação (uma espécie de ONU intergalática), que enfrentam os *borgs* em diver-

sos episódios, conseguem se safar graças a sua engenhosidade e capacidade de pensar diferentemente... o que é olvidado, porém, é que a base material para suas ações também é proporcionada por um vasto aparato tecnológico. Essa ambivalência que opõe duas formas de os humanos se relacionarem com a tecnologia permeia toda a série.

O que se põe em questão, portanto, é o velho dilema do determinismo tecnológico. A tecnologia e as técnicas não possuem um sentido único e geral, mas se relacionam com a conjuntura histórico-social. Nesse sentido, as técnicas tenderiam muito mais a *condicionar* do que a *determinar* a sociedade e a cultura. Como já observou Pierre Lévy (1998), entre outros, afirmar que a tecnologia condiciona significa dizer que ela abre possibilidades, que algumas opções culturais ou sociais não poderiam ser consideradas sem sua presença. Por outro lado, muitas possibilidades serão abertas e, nem todas, serão aproveitadas, podendo integrar-se em sistemas sociotécnicos e em conjuntos culturais diferentes: "uma técnica não é nem boa nem má (isso depende dos contextos, dos usos e dos pontos de vista), tampouco neutra (já que é condicionante ou restritiva, já que de um lado abre e de outro fecha o espectro de possibilidades)" (idem, p.26). Mesmo autores, como Postman (1994) ou Berardi (2005), que priorizam em suas análises as novas formas de controle social e as limitações ao desenvolvimento pleno do homem trazidas pelas novas tecnologias, tendem a concordar que nem tudo está determinado por elas.

Sem falsas ilusões, o ciberespaço tornou-se hoje palco fundamental da disputa pela hegemonia sociocultural na Sociedade da Informação. Ele é a arena em disputa que possibilitará aos humanos se reinventarem como *borgs* ou ciborgues.

Referências bibliográficas

BAYARD, P. *Como falar dos livros que não lemos?* Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ______. *Obras escolhidas vol. 1*. São Paulo: Brasiliense, 1987, p.165-96.

BERARDI, F. *A fábrica da infelicidade*: trabalho cognitivo e crise da new economy. Rio de Janeiro: DP & A, 2005.

BURKE, P., BRIGGS, A. *Uma história social da mídia: de Gutemberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CASTELLS, M. *A era da informação*: economia, sociedade e cultura. Rio de Janeiro; Paz e Terra. (v.1, A sociedade em Rede, 2002a; v.2, O Poder da Identidade, 2002b; v.3, Fim de Milênio, 2002c).

______. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, D. de (Org.) *Por uma outra comunicação*: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003, p.255-88.

CERTEAU, M. de. *L'invention du quotidien 1 – Arts de faire*. Paris: Gallimard, 1990.

COHN, G. Análise de McLuhan. In: ______. (Org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977, p.363-71.

COSTA, F. C. *O primeiro cinema*: espetáculo, narração, domesticação. São Paulo: Scritta, 1995.

DAVALLON, J. La médiation: la communication en procès? *MEI: Médias et Information* nº 19 (Médiations & Médiateurs). UFR Communication de L´Université Paris 8, 2003, p.37-59.

DURKHEIM, É. Da divisão do trabalho social. In: *Durkheim – Os Pensadores*. São Paulo: Abril, 1978.

ECO, U. *Lector in fabula*. São Paulo: Perspectiva, 1986.

HARAWAY, D. Manifesto Ciborgue. In: SILVA, T. T. (Org.). *Antropologia do Ciborgue*: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica, 2009, p.33-118.

JOUVE, V. *A leitura*. São Paulo: Editora Unesp, 2002.

LATOUR, B. *A esperança de Pandora*: ensaio sobre a realidade dos estudos científicos. Bauru (SP): EDUSC, 2001.

LAZZARATO, M., NEGRI, A. *Trabalho imaterial*: formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: DP & A, 2001.

LÉVY, P. *Cibercultura*. S. Paulo: Editora 34, 1998.

MAUERHOFER, H. A psicologia da experiência cinematográfica. In: XAVIER, I. (Org.). *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graal/Embrafilme, 1983, p.373-80.

McLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1979.

MURRAY, J. H. *Hamlet no holodeck*: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.

MUNSTERBERG, H. A memória e a imaginação. In: XAVIER, I. (Org.). *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graal/Embrafilme, 1983, p.25-54.

OLSON, D. R. *O mundo no papel*: as implicações conceituais e cognitivas da leitura e da escrita. São Paulo: Ática, 1997.

OUTHWAITE, W., BOTTOMORE, T. (eds.). *Dicionário do pensamento social do século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

POSTMAN, N. *Tecnopólio – A rendição da cultura à tecnologia*. São Paulo: Nobel, 1994.

RUDIGER, F. *Introdução às teorias da cibercultura*: perspectivas do pensamento tecnológico contemporâneo. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SANTAELLA, L. *Navegar no ciberespaço*: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SIMMEL, G. *Questões fundamentais da sociologia*: indivíduo e sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

______. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (Org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973, p.11-25.

WAIZBORT, L. Elias e Simmel. In: WAIZBORT, L. (Org.) *Dossiê Norbert Elias*. São Paulo: Edusp, 1996.

WARSCHAUER, M. *Tecnologia e inclusão social*: a exclusão digital em debate. São Paulo: Senac, 2006.

WIENER, N. *Cibernética e sociedade*: o uso humano dos seres humanos. São Paulo: Cultrix, 1979.

3
Produção cultural, trabalho e lazer ao ritmo do tecnobrega

Expedito Leandro Silva[1]

Oriundo do brega tradicional,[2] o *tecnobrega* configura-se como um movimento musical paraense. Na década de 1990, artistas e músicos se inspiraram no brega antigo para criar um novo estilo musical: o *calypso*, com mais tempero dos ritmos caribenhos e com o tom da guitarra. Em meados da década de 2000, houve um marco da nova musicalidade bregueira e de seu mercado informal surgindo, com inovação e pujança, o *tecnobrega*. Depois, foi a vez do *cybertecnobrega* e do *brega melody*; essa mistura toda veio apimentada com o calor amazonense e, sobretudo, com as batidas da música eletrônica e as inferências da rede mundial de computadores.

No final da década de 1990, a variedade de ritmos musicais associada a novos equipamentos eletrônicos e ao mundo virtual contribuíram para que surgisse uma nova maneira de apresentar as manifestações musicais do estilo brega. Houve uma modernização das antigas aparelhagens e a instalação de estúdios de gravação em recintos domésticos, popularmente conhecidos como estúdios de "fun-

1 Doutor em Ciências Sociais/Antropologia, autor do livro *Forró no asfalto*: mercado e identidade sociocultural. São Paulo: Annablume, 2003

2 Brega tradicional refere-se à junção das canções de bolero com os ritmos regionais, denominada popularmente como música dor de cotovelo.

do de quintal". Os produtores e DJs desses estúdios criaram uma forma híbrida de estilos musicais conhecidos pelos jovens – tais como *pop music, rock, dance music* e *techno music* – aglutinaram tudo isso e incorporaram ao ritmo do brega, tendo como base o sentimento da música brega tradicional, em que o universo das canções amorosas revelam-se, via de regra, por meio de códigos usuais e compreensíveis aos jovens e ao público em geral. Esse movimento denominou-se *tecnobrega*.

Em meio a esse panorama, a musicalidade tecnobrega surgiu em Belém como um meio de entretenimento e lazer dos jovens que já não participavam das vivências coletivas experimentadas por seus pais, quando estes viviam as tradições da cultura rural, antes de migrarem para os arredores da Grande Belém. Alheios ou negando-se a participar dos roteiros e eventos culturais promovidos pela classe média, poderíamos afirmar que esses jovens vivem em uma transição cultural que, de certa forma, mantém as práticas culturais de seus pais por meio da reapropriação, de uma ressignificação no ambiente urbano que compreende as novas tecnologias e os mais modernos meios de comunicação e a mídia eletroeletrônica.

No entanto, os DJs de aparelhagens não originaram em meio à efervescência da tecnologia. Suas primeiras apresentações em público foram marcadas pela execução de músicas gravadas em disco de vinil nas vitrolas. Com o CD, o vinil foi substituído pela gravação digital e, progressivamente, os DJs foram se apoderando dos novos inventos tecnológicos: primeiro, trocaram o vinil pelo CD; depois, o CD pelo MD; em seguida, o MD pelo MP3; e tantos outros que foram (e são) utilizados a cada momento para produzir, mixar e garantir o sucesso pleno do tecnobrega.

O *tecnobrega* caracteriza-se como manifestação sociomusical que tem como matriz a cultura tradicional paraense e caribenha. Ao apropriar-se da linguagem eletrônica, formou-se um novo estilo que sintetiza as tonalidades e sonoridades caribenhas com as batucadas do carimbó. Nesse cenário, agregam-se ainda as cores vivas e os rituais do antigo brega (brega bolero) e a nova coreografia da dança tecnobrega. Os passos e os trejeitos dos casais que dançam tecnobrega

revelam, com muita visibilidade, todo o desempenho do brega tradicional – uma espécie de "bolero acelerado" misturado com merengue – somando-se ao gingado e à sensualidade do carimbó. Em suma, podemos dizer que é uma grande festa cabocla, uma grande tribo que substituiu os maracás e a fogueira pelo som digital e pelos efeitos especiais dos refletores.

Para que tudo isso aconteça, é vital o auxílio do computador – a "matéria-prima" não só do mundo tecnobregueiro, mas de muitos gêneros e estilos musicais. Os DJs de tecnobrega ignoram completamente o disco de vinil, porém, não desprezam sua contribuição inicial para o desenvolvimento das primeiras aparelhagens. Eles são tão encantados pelo mundo virtual e tecnológico quanto seu público, o que talvez explique o uso excessivo dos recursos que a mídia eletrônica oferece. A grande dificuldade é saber qual aparelhagem disponibiliza a mais sofisticada tecnologia em equipamentos, em luz e efeitos especiais, e em qualidade de som e imagem.

O tecnobrega, portanto, nasceu em meio às novidades tecnológicas e fora do circuito comercial das grandes e pequenas gravadoras, assim como dos veículos de comunicação de massa. Alheio aos interesses da indústria fonográfica tradicional, esse movimento expandiu seu mercado e conquistou novos adeptos, trilhando da periferia para o centro como se fosse uma "pororoca cultural".[3] De maneira independente, conquistou a Grande Belém, alargou-se pelas ilhas e esparramou-se pelo estado e por toda a região. O estilo irreverente tornou o tecnobrega conhecido em todo o Brasil.

O reconhecimento e a expansão desse movimento estão vinculados à exposição na mídia e ao aprimoramento técnico e profissional,

---

3 *Pororoca* é um fenômeno natural caracterizado por grandes e violentas ondas que são formadas a partir do encontro das águas do mar com as águas do rio. No Brasil, a pororoca mais importante ocorre na Amazônia, quando as águas do rio Amazonas encontram-se com as águas do oceano Atlântico na foz deste rio. Ocorre um forte barulho e a força do fenômeno provoca a derrubada de árvores e alterações nas margens do rio. Durante o fenômeno, formam-se ondas que podem atingir até 3 metros de altura e velocidade de até 20 km/h.

tanto na produção de CDs quanto na realização de *shows* e eventos em recintos públicos, tais como praças e balneários.

Os produtores montaram estúdios e apropriaram-se das novas tecnologias com equipamentos computadorizados, a fim de baratear os custos e a produção de CDs e DVDs. Paulatinamente, formou-se um cenário artístico e musical em que esses agentes gerenciam trabalho, renda, bem como toda a produção da música popular paraense.

Esse mercado é movimentado principalmente por casas de festas (como são chamados no Pará as casas de *shows*), *shows*, vendas de CDs e DVDs nas ruas e, mais precisamente, por meio da atuação das aparelhagens que se encarregam da montagem de grandes estruturas sonoras configurando-se na grande festa de tecnobrega. Em geral, o mercado de tecnobrega funciona de acordo com o seguinte ciclo:

1. os artistas gravam em estúdios – próprios ou de terceiros;
2. as melhores produções são levadas aos reprodutores de larga escala e camelôs;
3. ambulantes vendem os CDs a preços compatíveis com a realidade local e os divulgam;
4. os DJs tocam nas festas;
5. os artistas são contratados para *shows*;
6. nos *shows*, CDs e DVDs são gravados e vendidos;
7. as bandas, músicas e aparelhagens fazem sucesso e realimentam o ciclo (Lemos; Castro, 2008, p.22).

A cadeia produtiva da produção musical, lazer e entretenimento em torno do tecnobrega em Belém assumiu uma posição de destaque, firmando-se como um meio de fonte de renda e de geração de trabalho, por meio de apresentações ao vivo, festas, gravações de CDs e DVDs, entre outros.

O movimento tecnobrega introduziu um modelo de mercado fonográfico e cultural que não se restringe à questão econômica, mas também aos fatores sociais da cultura local. Verificamos que os atores desse mercado vão desde artistas (compositores, cantores e cantoras, bailarinos, integrantes de bandas), DJs de aparelhagens e de

estúdios (produtores e reprodutores musicais), vendedores ambulantes (camelôs), proprietários de casas de festas, festeiros, apresentadores e diretores de programas de rádio e TV, entre outros.

Nesse sentido, o mercado bregueiro funciona em um sistema de rede, em que cada profissional relaciona-se a partir da atividade que desenvolve. No campo da divulgação das músicas, as aparelhagens destacam-se como principal veículo. No entanto, as bandas tiveram uma trajetória mais independente, isto é, atuando no mercado do brega tradicional e no tecnobrega. Porém, com o avanço das aparelhagens, muitas bandas tornaram-se dependentes dos DJs para promover suas músicas; sua ligação com as aparelhagens facilita a contratação de *shows* e venda de CDs e DVDs na Grande Belém e no interior do estado. Outro meio que amplia o sistema de distribuição, divulgação e venda está a cargo do camelô, que executa em sua barraca a música que faz (ou que fará) sucesso.

Os principais agentes do circuito tecnobrega podem ser classificados na seguinte ordem seguir.

1. Aparelhagens: a cargo de empresas familiares.
2. DJ: principal funcionário da aparelhagem e comandante da festa. Alem, do DJ de estúdio que trabalha na produção e gravação dos CDs e DVDs.
3. Artistas (compositores, cantores e bandas).
4. Estúdios: locais destinados à produção independente de novos CDs.
5. Reprodutor não autorizado ou distribuidor informal: agente que reproduz os CDs e DVDs e repassa aos vendedores de rua.
6. Vendedores de rua: principais responsáveis pela venda dos CDs e DVDs de tecnobrega.
7. Festeiro: pessoa ou grupo responsável pela organização das festas das aparelhagens, é uma espécie de empresário e produtor.
8. Casas de festas e balneários: casas de festas são destinadas a *shows* durante a noite. Balneários são clubes campestres de sindicatos e associações profissionais, onde aparelhagens fazem festas aos domingos, entre 10h e 22h.
9. Programas de rádios e de TV: alguns programas de rádio e TV são apresentados por DJs de tecnobrega, ajudando a divulgação.

Por meio das transformações advindas das novas tecnologias e sua proliferação junto ao público popular, a música brega caracterizou-se como uma manifestação cultural popular massiva em função de recente sucesso das aparelhagens que há tempo vem animando festas e *shows* em todo o estado do Pará. Com o tecnobrega, muitas bandas começaram a fazer músicas que falavam das aparelhagens e dos sons automotivos como forma de divulgação da própria aparelhagem ou do DJ — por exemplo, Tupinambá, Super Pop, Rubi, Príncipe Negro, entre outros.

> Brega do Príncipe Negro
> Nelsinho Rodrigues
>
> [...]
> Amor, não precisa você vir me chamar,
> Porque se eu quero curtir e dançar
> Vou pra festa do Príncipe Negro.
> Amor, a qualquer hora você pode ligar,
> Contanto que seja pra me convidar
> Pra ir à festa do som
> Príncipe Negro.[4]

Em meio a esse processo, a mídia eletrônica (rádio e televisão) passou a divulgar com mais intensidade o trabalho das pessoas envolvidas nas aparelhagens e, consequentemente, a imagem desses artistas e DJs começou a se modificar, deixando de ser valorizada somente nos bairros periféricos e influenciando a participação de setores da classe média.

O tecnobrega inovou não apenas como estilo musical, mas também como nova forma de produção no mercado fonográfico de baixo custo e fácil aquisição para o público consumidor, contrariando as expectativas do mercado formal. Haja vista a movimentação dos

4 Disponível em: <http// www.muitamusica.com.br/...brega-do-principe-negro/letra/> Acesso em: 23 de junho de 2009.

agentes que nos fazem visualizar um cenário cultural e mercadológico que renuncia seu vínculo aos grandes selos e redes de lojas. O movimento tecnobrega desencadeia uma elasticidade que dinamiza totalmente a cidade de Belém, oxigenando a vida cultural e o setor econômico.

As pessoas que trabalham com o universo tecnobrega geralmente atuam no campo musical e em outra área paralela, ou seja, atuam em mais de uma atividade. Por exemplo: o cantor de banda que é produtor ou festeiro; o DJ que trabalha de vendedor de rua; o DJ de aparelhagens que atua como locutor de rádio ou de carros de som; o dono de banda que é funcionário público. "Entre os cantores de bandas, 29% não têm outro trabalho. Já entre os donos das aparelhagens, apenas 10% não exercem outras atividades, enquanto que, dentre os vendedores de rua, 77% não contam com outro emprego" (Lemos, Castro, 2008, p.44).

O agente principal em todo o negócio tem sido o festeiro, que detém o poder de capital para investir na modernização das aparelhagens, negociar com a locação de uma casa de festas e organizar grandes eventos. Também é de sua responsabilidade a organização burocrática junto ao poder público (a fim de conseguir permissão para a realização do evento), assim como a contração de funcionários, seguranças e garçons.

Ainda nesse universo bregueiro, encontram-se os distribuidores de CDs e DVDs, os DJs, os reprodutores não autorizados e os vendedores de rua. Os DJs de aparelhagens e estúdios têm uma importância fundamental: definir qual música irá (ou não) fazer sucesso; pois são eles que selecionam as músicas que serão reproduzidas e executadas nas rádios e na televisão e, posteriormente, disponibilizadas ao mercado por meio de coletâneas.

Outro fator significativo são as relações hierárquicas. O artista – ou quem está à frente das aparelhagens – usufrui de prestígio e de boa posição social. Essas relações acontecem independentemente se o festeiro administra uma pequena, média ou grande aparelhagem; ele troca informações com os produtores de CDs e DVDs e está afinado nos negócios. Em suma, o tecnobrega caracteriza-se por ser

um empreendimento fortemente calcado em negócios familiares e nas relações de amizade.

Em se tratando de divulgação musical, a banda faz parte do projeto de negócios, isto é, depende do investimento e do sucesso alcançado. Talvez por isso, as bandas já consolidadas geralmente procuram as aparelhagens e o comércio informal para promover uma ou duas músicas que poderão ser o carro-chefe da banda.

No interior do estado, as rádios ainda são as principais divulgadoras das músicas de brega e tecnobrega, enquanto, na capital, são as aparelhagens as responsáveis pela divulgação do estilo. Por vezes, o sucesso ocorre em uma pequena aparelhagem que se destaca entre as maiores, em seguida o público solicita que as rádios a toquem. Nesse caso, há uma inversão na ordem preestabelecida, ou seja, as rádios vão em busca do que já é sucesso, contrariando o que é comum, ou seja, uma música conquistar seu público por meio das rádios para depois se consolidar nos *shows* das bandas.

Não se sabe até quando esse modelo vai se manter no auge do sucesso. No entanto, a permanente inovação é determinante para sua longevidade, associada às modernas tecnologias e, especialmente, à criatividade dos artistas e produtores na inclusão de comportamentos, novos estilos etc. Na pesquisa *Tecnobrega*: o Pará reinventando o negócio da música, Lemos & Castro (2008) concluem que a impressão que se tem em uma festa em Belém é a de que esse mercado nunca existiria se não fosse essa adoração pela tecnologia e pelas grandes estruturas das aparelhagens. Diante desse quadro, os festeiros investem na renovação dos equipamentos das aparelhagens periodicamente.

As aparelhagens, suas nomenclaturas e significações

O nome de cada aparelhagem tem significados que remetem a poderes mágicos e indicam força, poder, potência, *status* e prestígio – por exemplo, Furacão, Ciclone, Esplêndido Rubi, Hiper Treme Ter-

ra Tupinambá: Guerreiro da Amazônia, Super Pop, Príncipe Negro, entre outros.

A cabine de som também recebe um nome, como, entre outros: Águia de Fogo refere-se à aparelhagem Super Pop; Nave do Som é identificada com a Rubi; Duplo Cyber Comando pertence à Ciclone; e o Altar Sonoro é o *slogan* da Tupinambá. Cada cabine tem sua nomenclatura e ganha vida com os efeitos especiais que levam ao delírio a plateia e se distingue das demais concorrentes. A ideia é ter uma divindade no meio de todos; por exemplo, *altar* significa lugar sagrado de veneração e culto, *nave* relaciona-se a viagens interplanetárias, *águia* faz voo de longo alcance etc. Entretanto, não basta ter uma aparelhagem de alta potência e bastante sofisticação, é necessário conquistar prestígio e associar-se aos valores simbólicos do universo das músicas, dos ídolos e dos equipamentos.

A comunicação vivenciada nas aparelhagens é também expressa na forma de símbolos, feitos com os membros superiores do corpo; por exemplo, T de Tupinambá; S de Super Pop, e a pedra representada pelo símbolo < > de Rubi. Esses símbolos são utilizados como forma de identificação e pertencimento àquela "tribo", ou seja, àquela determinada aparelhagem. Sendo assim, o indivíduo sente-se reconhecido no ambiente, torna-se importante. Isso pode ser considerado um fator para que o número de frequentadores de festas de aparelhagens tenha aumentado, principalmente de pessoas que antes se sentiam rejeitadas em certos espaços culturais da sociedade ou então que não conseguiam fazer parte deles. As festas das aparelhagens podem ser vistas como um ambiente em que é mais fácil ser reconhecido, acolhido e mais bem-aceito pelo grupo, ou seja, é um espaço menos preconceituoso.

Nesse aspecto, observamos uma memória coletiva que se transforma e se atualiza em uma perspectiva imaginária, integrada por símbolos, significados e identidade étnica. Desse modo, podemos dizer que a origem étnica está fundada na "ficção dos símbolos identitários", na crença, na origem comum. Logo, o passado está vinculado às ações coletivas, representadas pela memória social e pela vivência, isto é, por meio dos símbolos e significados imaginários.

A pertença étnica conjuga a fidelidade coletiva dos direitos sociais e estabelece-se uma relação de pertencimento.

Além dos símbolos que identificam essa pertença, existe uma característica que integra a aparelhagem a seu público. Vale ressaltar a funcionalidade dos telões – que projetam clipes e divulgam o trabalho por ela realizado em outras regiões e casas noturnas de Belém. Entretanto, a interatividade mais visível é quando o DJ exerce o papel de mensageiro, espécie de correio elegante, à medida que lê os recados que os frequentadores mandam no decorrer da festa.

Nesse sentido, as manifestações populares em torno do brega paraense contemplam alguns requisitos da sociedade contemporânea por se tratar de um fenômeno que, além de divulgar a cultura e as músicas locais, está conectado com as manifestações da cultura externa, em particular a caribenha, visto que seu ritmo e *swing* bregueiro é acentuadamente marcado pela presença do merengue, *zouk*, *calypso*, carimbó paraense, mambo, da cúmbia, lambada, entre outros. Isso revela que o brega não é propriamente um gênero, já que é um estilo musical que aglutina diversas manifestações rítmicas.

A variedade rítmica é uma característica da musicalidade paraense. A cantora Lea Monteiro (entrevista, 2005) afirma que os ritmos caribenhos fazem parte da cultura paraense:

> No nosso *show* e por sermos uma banda de *calypso*, nós tocamos cúmbia, merengue, carimbó, na verdade a gente abrange os estilos, a cultura paranaense. A maioria do repertório é *calypso* porque o *calypso* está em voga mesmo e a gente está querendo levar também o carimbó, está querendo levar também a cúmbia... sabe... tudo nosso, nosso mesmo, 100% paraense.

Traduzindo o pensamento da artista, podemos dizer que seu universo musical – "100% paraense" – perpassa as fronteiras. Há um território que é demarcado e vivenciado pela prática cultural de seus habitantes, que está além das demarcações geográficas de cada país. Assim sendo, não são somente as águas do oceano Atlântico que banham os estados do Amapá e do Pará que fazem com que o

Brasil pertença ao Caribe, mas também parte de sua música que grita e nos faz ouvir e sentir o jeito de ser caribenhos.

A disputa pela originalidade

A disputa para ser o primeiro e o mais original entre as aparelhagens acirra a concorrência para demonstrar quem é o mais inovador, para depois encher-se de vaidades e dizer a todos que ele é o único a criar aquele efeito, aquela moda ou mesmo aquele estilo que agora está na boca de todos. Quando essas criações inovadoras dão certo, conquistando o público, logo é agregado ao DJ como produto de valor, gerando renda, prestígio e popularidade.

Além disso, o DJ desempenha atribuições exclusivas, como, por exemplo: montar um bom repertório musical, apresentar-se ao público sem embaraço, ter total domínio dos equipamentos de som e saber o momento exato de manusear os efeitos. É também de sua competência saber lidar e manter relações cordiais com o público, saber o momento de anunciar visitantes ilustres, saudar fã-clubes e, o mais fundamental, levantar o público e fazê-lo cantar e dançar. Todavia, isso só faz sentido e garante sucesso se a aparelhagem receber investimento para a aquisição de novas tecnologias.

Em geral, as aparelhagens são empresas familiares, em que o pai (chefe de família) está à frente dos negócios, contando com um número razoável de funcionários. Em alguns casos, os DJs são seus filhos e boa parte dos demais funcionários pertencem ao mesmo clã (sobrinho, irmã, cunhado, afilhado etc.).

As festas acontecem em diferentes pontos da cidade de Belém, principalmente nos bairros de periferia, pelo menos quatro vezes por semana (começa na quinta-feira e encerra na madrugada da segunda-feira). Elas promovem o encontro de centenas a milhares de pessoas – são uma das principais atividades de lazer e entretenimento da população da Grande Belém.

Quanto à produção e à realização de uma festa de aparelhagem, aglutina investimento em equipamento, venda de ingressos, produ-

ção e divulgação de CDs ou DVDs, encomenda de músicas, patrocínio de artistas, promoção nas emissoras de rádio e televisão etc. Outros agentes também estão envolvidos na produção da festa: são eles artistas, festeiros, donos de casas de festa, estúdios, fã-clubes e equipes de carros de som.

Cada aparelhagem realiza, uma vez por ano, sua grande festa. Nesse evento, são apresentados ao público seus novos equipamentos eletrônicos, suas novas invenções de efeitos especiais e sonoros. São conhecidas como *festas de lançamento*, quando o DJ principal exibe a melhor estética, com ampliação da estrutura física e da qualidade do som. Essas festas são as mais disputadas pelo público, o que resulta em ingressos mais caros e cachês mais altos.

As grandes casas de festa costumam contratar duas aparelhagens para apresentarem-se na mesma noite. Como a primeira a abrir a noite é de médio porte, seu cachê é inferior. Mas isso parece não ser problema para seus responsáveis; ao contrário, é considerada uma oportunidade de apresentar-se a um público que frequenta as grandes festas. Nesse sentido, abrir a festa para uma grande aparelhagem significa associar conhecimento e prestígio, é uma somatória de valor agregado que pode render outros contratos e torná-los conhecidos perante o grande público.

As bandas e o universo do tecnobrega

O movimento do tecnobrega não se resume apenas à constante presença das aparelhagens. Outros agentes que se destacam nesse circuito são as bandas, das quais fazem parte casais de bailarinos, músicos e cantor ou cantora. Geralmente, são as bandas que predominam na musicalidade tecnoparaense. Entre os instrumentos que mais se destacam está o teclado, pois ele dá o tom para o desfile coreográfico dos bailarinos. Em seguida, vem a nota musical que dá base para a voz da cantora, que interpreta as músicas que retratam desilusões amorosas, declarações de amor e exaltação aos DJs.

Ao comparar a preferência do público em relação às aparelhagens e às bandas, é possível perceber que há um descompasso: as bandas são menos valorizadas e as aparelhagens ocupam o lugar que antes era domínio das bandas e dos artistas de carreira solo. Estes continuam a fazer sucesso; contudo, o mercado em torno das aparelhagens detém a maior fatia: são elas que cumprem uma agenda semanal lotando casas de festa, clubes e outros recintos. Isso ocorre de tal modo que os DJs ocupam atualmente o lugar dos artistas, ou melhor, são eles que são tratados como artistas. Para completar sua agenda, os artistas e as bandas realizam *shows* pelo interior do estado.

A desvalorização das bandas e dos artistas tem se refletido na produção das apresentações. A junção de bandas e aparelhagens em uma mesma festa causa receio aos festeiros e aos proprietários das aparelhagens. Ambos não são simpáticos a esse tipo de negócio por entender que os custos da festa serão elevados em função da extensa produção e, portanto, o lucro será reduzido.

O sucesso das músicas difundidas pelas aparelhagens cria certa dependência do compositor e do artista em relação aos DJs, pois entendem que são eles que determinam qual música deve tocar e fazer sucesso. Diante disso, muitos artistas (cantores e compositores) se limitam a compor letras que exaltam determinada aparelhagem – esta, por sua vez, compra as músicas e mantém esses artistas na mídia. A seguir, um trecho de uma letra de música que exemplifica isso.

> Super Pop
>
> Banda AR 15
>
> O *show* do Águia me faz sonhar
> Não consigo controlar
> Vou dançar curtindo o som do Águia de Fogo, amor!
>
> DJ Elison a tocar, e Juninho a metralhar
> Os nossos corações, com lindas canções
> É bom estar aqui, te quero só pra mim
> Baby, agora escuta o que eu vou dizer...

Faz o "S", levante a mão e faz o "S"
Ao som do Águia de Fogo
Faz o "S", com o Super Pop, o arrasta povo!
DJ Elison e Juninho Pop, metralhando só sucesso
Super Pop é o arrasta povo... [5]

As casas de festas e os festeiros no comando da noite

Para iniciar este tópico, vale a pena descrever o cenário artístico e cultural da maior casa de festas da Grande Belém. A Pororoca é uma casa de *shows* instalada na avenida Senador Lemos, 3316, bairro da Sacramenta. Ficou famosa por conta das variações da música paraense. Nos finais de semana, costuma atrair centenas de pessoas que buscam o entretenimento ao som das bandas que pautam em seus repertórios vários ritmos que embalam a noite toda, dentre os quais destacamos: tecnobrega, *melody*, *calypso*, merengue, cúmbia, soca, lambada, forró, *zouk*, entre outros.

Seu dinamismo faz jus ao nome. No circuito bregueiro, a casa é referência em tamanho e estrutura, e seus organizadores propagam os seguintes *slogans*: "noite de 7.000 pagantes", "referência do brega no estado", "onde se apresentam os maiores talentos do brega". Fazem sempre referência a "sua grande estrutura". O local realmente é muito grande; aliás, é característico das festas populares serem realizadas em espaços enormes. E, em Belém, essa regra é também seguida, ou seja, tudo que se refere à música popular tem como requisito sua grandeza.

Essa casa de *show* foi também analisada por Antonio Mauricio Dias da Costa para a conclusão da sua tese de doutorado sobre o circuito bregueiro em Belém. Entre suas observações, ele apontou que A Pororoca é exemplo típico de casa de *show* desse circuito – em

---

5 Disponível em: <http://letras.terra.com.br/ar-15/1210809>. Acesso em: 13 de junho de 2009.

seu entender "é um empreendimento familiar como outros, mas difere das demais casas de brega por se encontrar numa posição privilegiada quanto à sua relação com os administradores públicos" (Costa, 2004, p.134).

Observamos que as casas especializadas em apresentações ao vivo – com uma estrutura financeira para manutenção e realização das atividades festivas, sem depender exclusivamente dos contratos com aparelhagens – gozam de um privilégio se comparadas com os problemas enfrentados por outras casas do estilo brega quanto a seu funcionamento. E acrescenta o autor, (ibidem) "se considerarmos as carreiras de outras casas de festa e de festeiros, observaremos que há poucas garantias de sucesso no negócio das festas de brega".

Toda esta instabilidade deve-se à dependência de todos os agentes em relação ao festeiro. O festeiro é um profissional, um agenciador que – dispondo de um capital – passa a investir no negócio das festas de brega. Em geral, é o grande mentor dos eventos bregueiros; é ele que tem o poder de investir nesse segmento, contratando bandas, aparelhagens, seguranças, funcionários para trabalharem na festa, entre outros. Também o aluguel da casa de shows e o valor do ingresso são responsabilidades assumidas por esse agenciador denominado festeiro, além da divulgação do evento na mídia local por meio de faixas e carros de som espalhados em toda cidade.

No entanto, o artista também depende da ação do festeiro, pois é este que circula pelas casas de brega, casas noturnas, casas de *shows*, sedes, clubes dançantes e balneários, entre outros – este é o *habitat* do festeiro. Certamente, é por isso que ele assume a postura de autoridade máxima, ou seja, é ele que realiza as negociações, faz os acertos e os investimentos quando acha conveniente.

Quanto aos investimentos, todos são unânimes e não medem esforços na compra de equipamentos sofisticados. Vejamos o caso da Aparelhagem Tupinambá. Ela possui cerca de 200 alto-falantes (cada um com potência de 1.000 watts), amplificadores, equalizadores de som, *crossovers,* aparelhos de sonoplastia (*instant replays*), mesa de operação, *notebooks*; além disso, *moving head* e *troubles,* (que fazem iluminação do cenário), telões de acrílico (nos quais há conexões li-

gadas à câmera que captura as imagens da festa e também passa videoclipes). As caixas de som são feitas de compensado com um revestimento de alumínio, assim como o "altar sonoro", a mesa de controle do DJ, é revestida também de aço inox.

O mercado informal em Belém, portanto, surge e se desenvolve em meio às transformações tecnológicas ocorridas na musicalidade bregueira, sobretudo, com a invenção do estilo tecnobrega, que, estando à margem do mercado formal, propiciou um novo mercado de trabalho e um novo modelo de negócios. Em sua plenitude, não é possível afirmar que o tecnobrega é um tipo de negócio informal, ou seja, é uma junção da informalidade e legalidade legitimada por toda a sociedade paraense, isto é, sendo usuária, apreciadora desse segmento musical ou não, em geral há um respeito por parte das classes sociais.

O tecnobrega na contramão do mercado formal

É importante ressaltar que as mídias alternativas aparecem como uma das formas de "trapacear" o sistema de mercado formal. Ao apropriar-se da tecnologia, o movimento tecnobrega não só assume uma autonomia na produção e realização de seus eventos, mas incorpora todo mercado de arte e lazer no que diz respeito à produção no universo bregueiro. A efetivação desse consumo materializa-se por meio da ritualização herdada dos grandes espetáculos do teatro circense, que, transmutados para as festas de aparelhagens, ganham eco e são ressignificados a partir dos barulhos urbanos, dos ruídos das oficinas mecânicas, dos gritos dos vendedores ambulantes.

O computador – instrumento principal para realizar as festas de aparelhagens – é utilizado pelo DJ para executar as músicas e também para fazer as mixagens. Porém, durante toda a festa, outro computador fica ligado o tempo todo, gravando tudo que acontece naquele evento. Ao término da festa, a produção da aparelhagem já disponibiliza cópias em CD (pequena quantidade) que contém tudo que "rolou" durante a festa. É comum, nas festas de tecnobrega, pessoas fazerem fila para comprar aquele CD que acabara de sair do

"forno". Feita a compra, essas pessoas saem exibindo o CD como se tivessem ganhado um troféu; pois aquele CD, para o comprador ou a compradora, vale mais que qualquer troféu, visto que seu nome encontra-se gravado, ou seja, é um registro, é a prova de que esteve na festa e foi saudado pelo DJ como um personagem ilustre e que todos vão poder reconhecê-lo melhor. Os DJs utilizam esse artifício ao intercalar sua voz durante a execução da música. No dizer de Hermano Vianna, que também pesquisou esse fenômeno:

> essas pessoas acabam comprando o CD, pois, além de conter a seleção musical que acabam de dançar, ainda trazem a prova de que são respeitados pelo DJ. É como comprar o jornal porque sua foto está publicada na coluna social.[6]

Porém, o valor material do CD atualmente é muito menor. Esse sistema de mercado revela-se como capital imaterial na medida em que sua valoração só adquire sentido a partir do momento em que as redes de relacionamentos se efetivam em um processo circular; de modo que a produção, a criação e a socialização de conteúdos não se configuram em objetos materiais – o CD ou o DVD, por exemplo – , mas em um contínuo processo criativo que inclui a valoração e a circulação do conhecimento.

Quanto à produção dos CDs, não resta dúvida que, em geral, é de alta qualidade, porém, a rede de distribuição é considerada como "primária", mas é bastante eficiente em resultados. Sendo "independentes" (artesanal), em sua maioria, a divulgação e o comércio ficam a cargo dos vendedores ambulantes. Portanto, o universo sedutor do "*marketing* popular" concentra-se não apenas no preço, mas também na identificação com o vendedor, que é frequentador das festas de brega.

O tecnobrega é um fenômeno que movimenta milhões de reais, abrangendo a organização de eventos e a gravação de CDs e DVDs,

---

6 Hermano Vianna. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/download_banco/paradas-do-sucesso-periferico>. Acesso em: 13 de junho de 2009.

que chegam ao consumidor sem a intervenção do lojista, pois os CDs e os DVDs são gravados e reproduzidos cotidianamente. Logo, as camadas populares apropriam-se da tecnologia e projetam um novo tipo de mercado no campo da indústria do entretenimento cultural.

Ao concluir essa análise, observa-se que a longa trajetória da música brega paraense demonstra a forte presença de uma cultura regional que ultrapassa fronteiras. Antes obscurecida pela distância física, geográfica, em função da inexistência de meios de comunicação e transporte, bem como da ignorância da sociedade nacional em relação à existência dessa cultura regional. Prevalece uma cultura nacional também em termos do mercado de bens simbólicos:

> [...] somos penetrados pela modernidade-mundo; ela nos acompanha em "todos" os lugares. [...] Hoje, deparamos com uma singularidade de costumes. Calças *jeans*, sapatos, tênis, jaquetas, casacos, *fast-food*, bebidas e comida industrial denotam a imanência de um padrão civilizatório mundializado. (Ortiz, 2003, p.40)

Nesse sentido, os estilos brega e tecnobrega criados em Belém do Pará estão em sintonia com o universo da "modernidade-mundo", apontado pelo estudioso. São transformações e costumes que se remodelam a partir das referências da cultura tradicional, como a nomenclatura Tupinambá, por exemplo, que identifica a aparelhagem de som mais famosa e potente do estado. Porém, não se trata apenas de um nome típico, mas também de uma referência e identificação com os povos da floresta. Ou seja, o termo é uma expressão de convívio com a cultura dos povos locais, seus irmãos indígenas, retratada por meio de objetos como o arco e flecha e o cocar, utilizados como adornos pelo DJ principal (DJ Dinho) e seus seguidores durante a festa de aparelhagem e em apresentações públicas.

Essa singularidade se expressa por meio da música e da dança tradicionais (o carimbó) e o estilo brega, que, refeitos sob os incrementos dos arranjos eletrônicos, configuram-se em uma nova modalidade: o tecnobrega. Em outras palavras, tem-se uma cabana eletrônica, haja vista que, na logomarca da Aparelhagem Tupinambá,

o destaque está em ser o guerreiro da Amazônia. Percebemos um orgulho explícito por parte dos apreciadores desse estilo musical em comparar-se com seus antepassados. Assim sendo, poderíamos dizer que a exaltação em torno da expressão *guerreiro* seria uma espécie de representação imaginária, isto é, uma louvação aos rituais indígenas, quando se pintam e dançam noite adentro, preparando-se para enfrentar o inimigo.

Vale dizer que a Aparelhagem Tupinambá usa, com bastante propriedade, palavras e gestos que são corriqueiros na linguagem dos povos da Amazônia e na cultura popular paraense, tais como "seus arcos e flechas", "o guerreiro que veio salvar sua tribo", "a noite da tribo", "DJ Dinho, Toninho fazem a tribo estremecer" etc. Esse jogo de palavras sintetiza e caracteriza o estilo tecnobrega que, entre outras particularidades, transforma a batida do pé e a dança indígena em uma manifestação musical popular contemporânea. Podemos, então, afirmar que estamos diante de uma festa urbana travestida de um ritual tradicional que se caracteriza pelo uso de recursos tecnológicos.

Ao nos apropriarmos da expressão modernidade-mundo, verificamos que, nesse universo, existem dois fatores relevantes: um refere-se à desterritorialização, em que o sujeito torna-se conhecido e conhece novos costumes e lugares sem precisar sair de seu local. O outro diz respeito à reterritorialização, sendo que "uma cultura mundializada só faz sentido quando enraizada em nossos hábitos mais prosaicos" (Ortiz, 2003, p.42).

Nesse sentido, o espaço está além das fronteiras físicas. Ele envolve outras culturas e povos, ou seja, brega e tecnobrega, em primeira instância, conectam-se com a cultura caribenha – que se integra com a batida da música eletrônica oriunda de outras partes do mundo, porém, não abandona os aspectos da cultura regional.

Referências bibliográficas

COSTA, A. M. D. da. Festa na cidade: o circuito bregueiro de Belém do Pará. In: *Revista do Núcleo de Pós-graduação e Pesquisa em Ciên-*

cias Sociais. Universidade Federal de Sergipe. n.1, (1198). São Cristóvão, NPPCS/UFS, 2003, n.6.

______. *Festa na cidade*: o circuito bregueiro de Belém do Pará. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

LEMOS, R., CASTRO, O. *Tecnobrega*: o Pará reinventando o negócio da música. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008 (Tramas urbanas; 9).

ORTIZ. R. *Um outro território*: ensaios sobre a mundialização. São Paulo: Olho-d´Água, 2003.

SILVA, E. L. *Do bordel às aparelhagens*: a música brega paraense e a cultura popular massiva. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

VIANA, H. Tecnobrega consolida uma nova cadeia produtiva, amparada em bailes de periferia, produção de CDs piratas e divulgação feita por camelôs. Folha de S. Paulo, São Paulo, 13 out. 2003.

______. Tecnobrega: a música paralela. Disponível em: www.bregapop.com/historia/index_hermano.asp. Acesso em: 6 ago. 2005.

4
Imagens de um espelho negro: corpo, cabelo e consumo em *Raça Brasil*

Leandro José dos Santos[1]

Introdução

Tendo em vista o processo de segmentação da cultura e dos leitores no mercado de revista brasileiro, discutimos como as imagens e representações da mulher negra na revista *Raça Brasil* permitem que identidades individuais e coletivas sejam estabelecidas entre suas leitoras, tendo em vista, inclusive, as relações estabelecidas e permitidas pelo consumo. Assim, abordamos algumas especificidades da revista e seu impacto no jornalismo de revista, além de discutirmos elementos da política editorial e as imagens que a revista elege em busca da identificação de suas leitoras.

Raça Brasil é uma revista segmentada para o público negro que surgiu no ano 1996 em meio ao do processo de segmentação e diversificação dos produtos culturais e do mercado editorial, com a pers-

---

1 Bacharel e licenciado em Ciências Sociais pela Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista (Unesp); mestrando em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação da mesma Faculdade e pesquisador do Centro de Estudos das Culturas e Línguas Africanas e da Diáspora Negra (Cladin) e do Laboratório de Estudos Africanos, Afro-brasileiros e da Diversidade (LEAD). Bolsista Fapesp.

pectiva de dar visibilidade à população negra brasileira. A primeira edição da revista vendeu cerca de trezentos mil exemplares. Isso porque *Raça Brasil* foi a primeira revista voltada estritamente para o público negro, que não se sentia contemplado pelo mercado editorial brasileiro; somado a isso, a revista nasceu com uma proposta de resgate e valorização da autoestima do negro, que não se via representado positivamente nos outros instrumentos da mídia; soma-se ainda a publicidade de produtos (cremes e xampus para a pele e o cabelo, maquiagens etc.) e serviços (cabeleireiros/as, maquiadores/as, estilistas etc.) direcionados especificamente aos consumidores e consumidoras negros.

Tendo em vista a quantidade de exemplares vendidos na primeira edição de *Raça Brasil,* é possível afirmar que, de imediato, houve uma identificação de homens e mulheres negros com a revista. Mas também é importante perceber, segundo Santos (2009, p.9), que *Raça Brasil* "nasceu na ânsia de querer explorar o potencial econômico de uma classe média negra com alto poder de consumo e que emergia no ambiente urbano e também queria se ver representada na mídia". Por isso mesmo, uma análise mais aprofundada sobre essa revista deve levar em conta o seu "posicionamento diante da competitividade capitalista na economia de mercado".

Ora, de acordo com Aroldo Macedo – primeiro editor de *Raça Brasil –,* a ideia de fazer uma revista segmentada para o público negro partiu de uma proposta feita à empresária Joana Woo, dona da editora Símbolo, que, com a ajuda de Roberto Melo[2] e do próprio Aroldo, passaram a pensar em uma revista que pudesse atender às demandas de consumidores negros.

Segundo depoimento dado em um debate realizado na Universidade de Campinas, Macedo afirma que o projeto de criação da revista foi norteado pelo suposto de que o negro brasileiro quer se valorizar. E, o sentido dado à palavra valor, neste contexto, refere-se

---

2 Gerente editorial da editora Símbolo em 1996.

também ao consumo de produtos, bens e serviços de luxo. Roberto Melo (apud Kofes, 1996, p.242), por sua vez, argumenta que:

> A decisão de fazer *Raça Brasil* contrariou [...] e derrubou três dogmas que existiam no mundo das comunicações: O primeiro dogma era que negro não tem poder aquisitivo para comprar produtos supérfluos. O segundo dogma era que negros em capas de revista não vendem revista. O terceiro dogma era que os negros têm vergonha de serem negros.

O discurso do senso comum diz que os negros brasileiros têm vergonha de ser negros. Essa informação, somada à ideia de que ser negro é sinônimo de pobreza, levou o mercado editorial brasileiro a acreditar que qualquer revista com negros na capa estaria fadada ao fracasso. O desafio de pensar uma revista específica para a população negra foi posto a Roberto Melo justamente nesse contexto. Coube a ele buscar informações sobre o perfil socioeconômico do negro brasileiro, de modo que isso pudesse balizar a decisão sobre o lançamento do periódico. Interessava, especificamente, "saber quantos negros teriam poder aquisitivo para comprar uma revista" (ibidem).

Mas, segundo o próprio jornalista, o levantamento sobre o perfil da população negra já havia sido feito pelo Instituto Datafolha, cujas informações foram publicadas em "*Racismo Cordial*", pela Editora Ática. As conclusões do Datafolha diziam que a população negra no Brasil superava os 50% do total de brasileiros. Essa informação, de imediato, chamou atenção da editora Símbolo, pois a demonstração de que o país é composto, em sua maioria, por pessoas negras, somada à informação de que, desse montante, havia cinco milhões e quatrocentos mil negros com renda mensal superior a vinte salários mínimos foram os fatores fundamentais para a editora Símbolo lançar a revista. Segundo Melo, aqueles dados definiam o perfil de seu leitor e derrubavam o dogma que relacionava o negro à pobreza.

O segundo dogma – saber se o negro na capa venderia ou não – só poderia ser respondido após a publicação da revista. Esse ponto revela preocupações ligadas não apenas ao processo de aceitação/

rejeição do negro em relação a si mesmo, mas traz à tona as preocupações da editora Símbolo em relação ao posicionamento político da população negra, ou seja, ainda havia dúvidas relacionadas ao posicionamento do negro frente a sua negrice e a sua negritude.

> Depois do lançamento da revista, percebi que era totalmente diferente. Provavelmente tinha um pequeno grupo com orgulho de ser negro. Ou por ter sido bem sucedido, ou por consciência política, ou por qualquer outro motivo. E tinha um pequeno grupo com vergonha de ser negro. E no meio existe uma imensa maioria de negros que ora tem vergonha, ora tem orgulho, conforme a situação do dia a dia (Melo apud Kofes, 1996, p.246).

Segundo Melo, *Raça Brasil* foi o estopim para a valorização e resgate da autoestima daqueles que tinham dúvidas quanto a sua identidade negra. A não utilização do termo moreno ou mulato para retratar seu "consumidor", preferindo-se utilizar o termo negro para definir o leitor da revista fez parte desta estratégia de resgate da negritude e identidade negra. Portanto, o dogma da falta de consciência do negro foi quebrado com a venda, em poucos dias, de quase 300 mil exemplares da revista.

O terceiro problema – referente ao não consumo de produtos supérfluos – também foi elucidado com o lançamento da revista. Pois, segundo Roberto Melo, *Raça Brasil* conseguiu atender a uma demanda das mulheres negras, que clamavam pelo consumo de produtos de beleza específicos para seu tipo de pele.

> Façam uma revista para nós, façam xampus para nós, nós temos problemas no nosso dia a dia, nós acordamos com estes problemas e queremos resolvê-los, deem informações para nós, nos mostrem bem sucedidos, nos mostrem bonitos, nos mostrem bem vestidos, façam conosco o que todas as revistas do mundo fazem com seus leitores, ou seja, façam uma revista para nós. Eles [leitores negros] estavam pedindo isto, esta foi a resposta a um produto supérfluo. A relação que houve com a revista foi uma relação emocional, ideológica, afetiva (ibidem, p.247-8).

Tanto para Roberto Melo quanto para Aroldo Macedo, o negro brasileiro já vinha conquistando vários espaços sociais, mas num movimento silencioso. Segundo os jornalistas, o que faltava para que esse momento fosse evidenciado e viesse à consciência seria a elevação da autoestima "o que, basicamente, é preciso para o negro no Brasil, seria a autoestima ser elevada ao ponto em que ele tivesse o *entendimento*" (Macedo apud Kofes, 1996, p.251, grifo nosso) de que no Brasil os negros também estão em movimento.

À primeira vista, essa argumentação revela um discurso paradoxal em relação à condição sociopolítico-cultural enfrentada pela população negra no Brasil, pois sugere que a mobilidade social ascendente da população negra aos postos de liderança tem sido acompanhada por uma falta de consciência desses indivíduos. Mas, contextualizando essa discussão, perceberemos que o termo *entendimento*, utilizado por Macedo foi empregado no sentido de revelar uma consciência não apenas no plano individual, mas uma consciência que deveria se realizar fundamentalmente no plano coletivo.

> Então, partindo desse princípio, a gente fez uma revista que também não é um segmento dentro do segmento. Ela é um grande ônibus, é um trem, ela atende a família inteira, porque normalmente as revistas ou são para adolescentes, ou são para mulheres, para secretárias, ou para isto ou para aquilo. Esta revista não, ela está sendo lida por meninas de quinze anos, por mulheres de sessenta ou homens de setenta (ibidem).

Muitas críticas podem ser feitas quando se fala de ascensão social de parte da população negra no Brasil, pode-se argumentar que se trata de uma parcela muito pequena desse segmento populacional, mas, concordando com Mariza Correa, certamente trata-se de "uma parte importante, uma parte que é relevante em termos de liderança política" (Correa apud Kofes, p.258).

Ressalvadas as observações acerca do peso político que uma publicação como *Raça Brasil* tem para o público afro-brasileiro, Mariza Correa critica o fato de a revista ser um produto notadamente volta-

do para um público feminino jovem, tendo em vista a grande quantidade de matérias e anúncios de produtos de beleza para mulheres. A respeito da valorização da imagem do negro em *Raça Brasil*, a manifestação de Correa (1996, p.260) pondera que: "tem um certo narcisismo na revista [...]. Uma das mensagens que a revista transmite o tempo todo é que o negro é bonito, nós somos bonitos, nós somos fortes, nós somos viris, etc. Nós somos ricos, está implícito".

Sobre esse ponto, Roberto Melo (apud Kofes 1996, p.276-7), argumenta que:

> Nós falamos para uma família inteira, nós falamos ao jovem, homens, mulheres e velhos. Mas, por causa de questões estatísticas nós dirigimos sim [...] a revista para os mais jovens e para as mulheres. Porque as mulheres lêem mais revistas de comportamento do que os homens, mulheres leem mais revistas, e entre os negros a gente supôs que aconteceria a mesma coisa [...]. E por que jovens? Porque nós supomos, nós instalamos a seguinte hipótese: a gente imaginou que os homens negros, os negros mais velhos já teriam de alguma forma resolvido, ou não resolvido, mas, enfim, cristalizado de alguma forma, a postura pessoal em relação a esta questão. Já tinham conquistado, ou deixado de conquistar, alguma posição. De certa forma seriam mais acomodados [...]. Os jovens, portanto, tem mais chances, teriam mais horizontes pela frente e teriam mais possibilidades, mais esperança, poderiam mudar a profissão.

Segundo a argumentação do jornalista, o fato de a revista possuir uma quantidade maior de matérias voltadas para as mulheres jovens está ligado ao projeto editorial de *Raça Brasil*, que, segundo Melo, "é uma revista de comportamento", por isso é difícil colocar nela questões mais ligadas às revistas de informação, que chamam mais atenção tanto dos homens quanto das mulheres adultas. Mas, por outro lado, em virtude de sua política editorial, *Raça Brasil* destina sua produção ao público feminino jovem porque, conforme diz Maurício Pestana (2009, s. n.), ela "surgiu nesse nicho de moda, ela ainda continua hoje [...], mas *Raça [Brasil]* é essencialmente moda, ela sempre vai ser uma revista de moda e sobre moda", e, tendo isso

em vista, é preciso dizer que "a insistência em associar a feminilidade à beleza não é nova", diz Denise Sant'Anna (1995, p.121) em texto sobre o embelezamento e a história do corpo no Brasil. Segundo esta autora, "a ideia de que beleza está para o feminino assim como a força está para o masculino, atravessa os séculos e as culturas".

Nas revistas do início do século XX, por exemplo, a beleza estava intimamente ligada àquela mulher dona de casa, boa mãe, devota, temente a Deus e obediente ao marido. É justamente por isso que útero e a beleza se confundem. Ao passo que a feiura era diagnosticada pelos médicos como uma moléstia associada aos hábitos de vida de mulheres postas em condição de marginalidade pela sociedade na qual estavam inseridas. Enfim, a feiura daqueles tempos era associada à degenerescência da raça.

Ianni (apud Kofes, 1996, p.262), em seu depoimento sobre *Raça Brasil* diz que:

> A revista tem a ver com o problema da construção da identidade negra no Brasil. E ela assume um posicionamento já bastante aberto com relação a este problema. Quer dizer, ela tem entonação não só atual, mas tem uma entonação, todo o tempo, otimista, aberta para algo que parece bastante bom. Seja no nível mais particular do que seria a produção da beleza da mulher ou do homem, como no que se refere aos problemas [...]. Lendo uma matéria do primeiro número sobre candomblé na Bahia, dá para ver que o tom é de otimismo, de entusiasmo e de certa alegria com o fato de que o Brasil dos Orixás orientados por milhares de pais e mães de santos baianos famosos e anônimos, exportam o candomblé para o resto do país [...]. Então, esta entonação é um elemento muito forte na revista e que combinado com as cores, com as figuras que são de jovens bonitos, bem arrumados, transmitem uma imagem bastante positiva, bastante otimista. É claro que diz algo a respeito da construção ou da reconstrução da identidade do negro na sociedade brasileira.

Octavio Ianni (ibidem, p.264-5) também deixa transparecer que o simples fato de *Raça Brasil* afirmar e mostrar publicamente, não apenas a existência de uma beleza negra, mas também o fato de *Raça*

Brasil "desenhar uma realidade plural, diversificada, com diferentes perspectivas e possibilidades, inegavelmente *Raça [Brasil]* se insere no movimento negro". Ou seja, Ianni confere à *Raça Brasil* o estatuto de um instrumento político a serviço do Brasil e dos brasileiros. "É uma revista que se insere no movimento negro, de certo modo resgata, desenvolve e valoriza primeiro o '*Black is beautiful*'. E sai de baixo, porque é pra valer! É tudo muito bonito, muito bonito. É bom que seja assim", continua o debatedor.

Por outro lado, Ianni questiona se o fato de a revista proclamar tanta beleza não seria algo perigoso, visto que, no Brasil, grande parte da população negra vive em condição de pobreza. Ademais, esse mesmo debatedor interroga se o fato de a revista afirmar todo o tempo que tudo é tão bonito também não seria algo arriscado em um mundo no qual as distorções raciais ainda são uma realidade.

Mas, retoma Ianni (apud Kofes, 1996, p.267), *Raça Brasil* "se insere nitidamente no movimento negro, ela opta por uma diretriz, por uma política [...], ela dá impressão que está despolitizando a questão racial, mas *Raça [Brasil]* é uma proposta política para o encaminhamento do movimento negro no Brasil". Nesse sentido, precisamos atentar para o fato de que *Raça Brasil*, mesmo sendo uma revista que trilha pelo mesmo caminho aberto pela antiga imprensa negra brasileira, seu projeto editorial incorpora valores, tendências, estilos de vida e técnicas corporais e de consumo atuais. Ou seja, ela é uma revista que nasceu à sombra de um contexto social específico. Sendo assim, qualquer estudo que se faça sobre a revista deve levar em conta essas especificidades.

Corpo, cabelo e consumo: a identidade negra em *Raça Brasil*

Além do fato de estar contribuindo para a formação de uma identidade negra, *Raça Brasil* parece ainda brincar com o termo *raça*, que também pode ser utilizado para definir alguém com força de vontade, com garra. Deste modo, o termo raça no título da revista

denota dois sentidos diferentes: um ligado ao público alvo, ou seja, a população negra brasileira; e outro também ligado à questão racial, mas contendo a mensagem de que as transformações na condição de vida do negro passam, invariavelmente, pelo esforço e força de vontade individual. Ou seja, a revista joga com outro sentido da palavra, que é raça no sentido de garra. *Raça Brasil* oferece uma identidade racial cuja premissa é o desenvolvimento individual.

> Essa revista trouxe uma contribuição crucial para o desenvolvimento negro, para o jornalismo e para a imprensa negra. Não apenas em termos mercadológicos mas também porque colaborou de forma importante para uma mudança na cultura de imagem, apresentando uma imagem do negro que, de certa forma, desmitifica as imagens tradicionais que nós víamos na mídia, do pagodeiro ou dos nossos excluídos, que compunham as manchetes do noticiário policial (Almada, 2007, p.52).

Os editores de *Raça Brasil* têm consciência de que a publicação traz fortes apelos ao consumo; para Roberto Melo, a publicação traz a mensagem de que o negro brasileiro quer compartilhar os mesmos benefícios historicamente acessados pela população branca, inclusive o consumo de bens e serviços. Segundo o jornalista, o sucesso da revista se deve a isso, ou seja, ela tira o negro da condição de pobreza e o coloca também na condição de consumidor.

> *Raça* funde, aqui, negritude, brasilidade, internacionalismo (*black*), cidadania, consumo. Raça aponta para garra, pique. *Raça Brasil* inverte alguns dos atributos de "negro" e "negrice" no Brasil: ao feio, diz, é bonito; à pobreza, diz, é rico; ao cabelo ruim, diz cabelo bom; reforça alguns dos atributos: ginga, balanço, sensualidade. A revista recria um lugar identitário: no número dois, diz o editorial: "*Raça Brasil* não foi criada para negros que lamentam sua condição. Foi concebida, isso sim, para os negros que têm orgulho e consciência de saber que pertencemos a uma raça que nunca perdeu sua dignidade". *Raça* é negro com raça. Com a revista *Raça Brasil*, diz o editorial número dois, o "Brasil limpou o espelho para ver o próprio rosto. E descobriu que era negro. E que era lindo". *Raça* é o Brasil Negro. De imediato, portanto, a revista mostra o

> potencial semântico, e político, da noção de raça. Seja lá qual for o referente, raça permite, para o bem e para o mal, uma chamada identitária. *Raça Brasil* lida com isto: atribui qualidades à raça e põe em alta circulação uma redefinição dos valores atribuídos aos negros no Brasil (Kofes, 1996b, p.299).

Partindo deste ponto de vista, Sueli Kofes (idem, p.300) afirma que "*Raça Brasil* não 'branqueia' os negros. Em primeiro nível, reclama os valores capitalistas modernos: os bens de consumo são de acesso universal, isto é, acessíveis ao indivíduo, neutros no que se refere à raça, credo, cor". *Raça Brasil* usa e abusa dos sentidos que podemos dar à negritude, ela atribui características estéticas aos negros brasileiros, valoriza as suas particularidades culturais e psicológicas, mas, "é na ênfase sobre os cabelos que *Raça Brasil* nos convida a pensar" (ibidem).

Sob o ponto de vista de Adriana Piscitelli (1996, p.303), podemos dizer que um olhar rápido sobre a publicação é suficiente para perceber que:

> *Raça Brasil* outorga um espaço importante às mulheres. De fato, as diversas partes da revista parecem expressar concretamente o objetivo presente na carta de intenções com que ela é inaugurada: oferecer um espaço de construção do "orgulho da negritude, um reforço à autoestima, através do sucesso, da alegria e do consumo para os milhares de negros e negras" que nascem todos os dias no país.

Ainda conforme Piscitelli (ibidem, p.304):

> Em *Raça Brasil*, ser "negro" é o resultado de uma série de fatores interligados entre os quais se destaca a "herança" – cultural e biológica. Na tentativa de estimular a construção do orgulho da negritude, a Revista racializa através da associação entre os aspectos fisionômicos (genéticos) que derivam da "origem" (africana) – tons de pele, tipo de cabelo – e uma série de atributos tais como fortaleza, energia, alegria e, sobretudo, beleza e sensualidade. As diferenças inscritas no corpo, particularmente a cor, são, portanto, elementos cruciais em *Raça Brasil*.

> Mas a Revista parte delas para esboçar um horizonte de igualdade – entre "negros" e "brancos" e entre homens e mulheres.

Ao mostrar corpos negros em páginas da mídia impressa brasileira, *Raça Brasil* não está apenas dando a possibilidade de mulheres negras verem corpos semelhantes aos seus expostos em páginas de uma revista, ela está respondendo aos antigos senhores de engenho e aos teóricos do século XIX que o negro tem uma identidade e corporeidade próprias, uma negritude que revela, inclusive, o lugar de origem dessas vozes.

O público pretendido pela revista são homens e mulheres entre 20 e 49 anos, mas quem lê efetivamente *Raça Brasil* são as mulheres (70% dos leitores são do sexo feminino) pertencentes às classes A, B, e C, que trabalham e cursaram ensino superior.

> São leitores supervaidosos, que se autoafirmam por meio da aparência e são consumidores ávidos de produtos de moda e beleza. Querem mais informação sobre esses assuntos, além de produtos específicos para o seu cabelo e pele. Buscam identificação com a revista para se sentirem valorizados e, assim, elevar e conservar a autoestima. São leitores urbanos que buscam informações relacionadas à comunidade.[3]

De acordo com Nilma Lino Gomes, o corpo é um território passível de codificações particulares quando inscrito em determinados grupos. Ao estudá-lo, porém, não se podem generalizar as diferentes formas de expressão corporal para todas as culturas e grupos. Cada grupo domina códigos e maneiras diferentes para manipular sua identidade corporal. Os negros não são diferentes. Assim, a forma como tratam o cabelo é uma questão fundamental para o entendimento desses códigos culturais. "Porque o cabelo não é um elemento neutro no conjunto corporal. Ele foi transformado, pela cultura, em uma marca de pertencimento étnico/racial. No caso do

3 Fonte: <http://www.simbolo.com.br/institucional/Conteudo/0/artigo5342-1.asp.> Acesso em agosto de 2007.

negro, o cabelo crespo é visto como um sinal diacrítico que imprime a marca da negritude no corpo" (Gomes, 2006, 26).

Por isso, segundo a autora, diante das inúmeras possibilidades de análises oferecidas pelo corpo, "o trato do cabelo é a que mais se apresenta como síntese do complexo e fragmentado processo de construção da identidade negra". Tanto para o homem quanto para a mulher negros, "o cabelo crespo carrega significados culturais, políticos e sociais importantes e específicos que os classificam e os localizam dentro de um grupo étnico/racial" (ibidem).

Portanto, não podemos perder de vista que o cabelo crespo e o corpo negro estão inscritos em um campo muito mais profundo, a saber, a construção da estética corporal negra, que apresenta uma dimensão simbólica que trafega por vários contextos, na medida em que se apresentam como o primeiro motivo da estética, o primeiro espaço de discussão da beleza.

Tendo em vista essa discussão, é oportuno dizer que as experiências dos indivíduos que manipulam – quimicamente ou não – o cabelo, por exemplo, não podem ser analisadas apenas como pura imitação de comportamentos alheios. Quando se trata da identidade e do cabelo negro, isso implica questões mais profundas das relações de dominação e poder, pressupõe complexas negociações culturais. Pois a relação dos homens e mulheres negros com o cabelo faz parte de um processo consciente e inconsciente que valoriza a negritude brasileira levando-se em conta, ainda, suas raízes africanas. Por outro lado, há as cabeleireiras étnicas que associam a beleza negra à naturalidade dos cabelos crespos. Nesse caso, assumir a textura crespa do cabelo é entendido como valorização do negro perante a sociedade brasileira.

Por isso, não podemos interpretar o comportamento de um indivíduo negro mediado apenas pela interferência que ele realizou em seu cabelo. Antes de qualquer coisa, é preciso compreender, não apenas o contexto sociocultural em que o sujeito está inserido, mas também sua história de vida e seu posicionamento político em torno das questões étnico-raciais; ou seja, é preciso compreender as negociações desse sujeito em torno de seu pertencimento étnico.

Assim, a manipulação do cabelo pelo negro na atualidade pode gerar duas interpretações distintas: a primeira interpretação sugere que essa manipulação pode ser vista como resultado da introjeção da opressão branca no negro, mediante, inclusive, a imposição de um determinado padrão estético; a segunda interpretação poderia classificar esse comportamento como um modo do negro usar o cabelo, ou seja, poderíamos considerar essa manipulação como um estilo de vida próprio das identidades negras e seu padrão estético, que se constituiu dentro de um sistema opressor.

Além disso, diversas maneiras de lidar com o corpo e com o cabelo expressam particularidades específicas do negro, sua subjetividade e cultura em determinados contextos sociais, históricos e políticos. É esse contexto, juntamente com a experiência individual, que vai compor o complexo terreno da identidade negra nos contextos em que as relações de poder estão estruturadas em pilares nos quais a ideia de raça é um elemento central.

A reportagem "Revolução na prateleira" (*Raça Brasil*, edição 90, setembro/2005), por exemplo, demonstra como as grandes empresas na área de beleza descobriram um mercado consumidor de produtos étnicos, que hoje não para de avançar. Quando a revista foi lançada, praticamente não havia produtos para a pele ou cabelo negros. Hoje, as gôndolas estão abarrotadas. "Toda a equipe de Raça vibra de emoção com isso – e se envaidece de ter sido o espelho no qual vemos nossa imagem com orgulho", diz o editorial.

Em virtude disso, é preciso dizer que Maria Celeste Mira (2001) defende que dependendo dos usos que se faça dos produtos culturais, pode-se ter contribuições efetivamente válidas para a construção das identidades. A autora parte do pressuposto de que dentro do próprio caráter fragmentado dos produtos da indústria cultural, que alude ao consumo apenas como reprodução, pode haver a compreensão de que o consumo fragmentado também pode ser visto como produto e produtor de sentido às identidades.

Sob essa perspectiva, podemos dizer que, por mais que o consumo seja organizado e orientado pelos dispositivos da indústria cultural, o uso de que se faz de seus produtos é, sempre, algo personali-

zado. Mesmo que tenhamos de escolher dentre os estilos, técnicas e convenções disponíveis, o uso de perpetramos de determinados objetos constitui elemento essencial da nossa personalidade.

O ato de decorar o corpo, por exemplo, se faz elucidativo para essa argumentação, posto que essa ação, entendida aqui como um momento simbólico de manipulação da identidade, revela as vontades e a criatividade humana por meio da interpretação individual que os indivíduos fazem diante de determinado contexto sociocultural. Os indivíduos, antes de expor seus corpos ao crivo dos olhares externos, promovem, eles mesmos, o próprio julgamento daquilo que veem (Bueno, Castro, 2005).

No caso específico das revistas femininas, o papel da "garota da capa e da estrela de tevê é ensinar às leitoras essa 'tecnologia da imagem' [...]. Além do ato de cuidar de si, de ver e transformar a própria imagem, a mulher retira prazer do consumo de imagens, ou seja, do ato de ver as outras mulheres, da observação atenciosa que faz das modelos das revistas" (Mira, 2001, p.138).

Assim, a ideia de que *Raça Brasil* seria um espelho que refletiria a imagem do negro brasileiro é veiculada na revista desde a sua gênese. Trata-se de um discurso inerente ao processo de identificação cujo objetivo é fazer com que o leitor se reconheça na materialidade da revista. Nesse sentido, a proposta da revista era de ser um espelho onde seriam mostrados os feitos dos negros brasileiros. Por isso, a construção discursiva de *Raça Brasil* projeta o leitor ao lugar da beleza, do sucesso, do orgulho de si, ou seja, a lugares de significação que se constituem como condição de sua autoestima. E, por outro lado, a revista se coloca na posição de quem possui 'o saber' necessário para 'suprir' as necessidades dos negros brasileiros.

É preciso lembrar ainda que o tipo de cabelo é fator fundamental na orientação da escolha por parceiros, pois, "nesse caso, o cabelo simboliza a possibilidade do embranquecimento" (Gomes, 2006, p.140-1). Ou seja, estamos falando do processo de rejeição/aceitação que opera na esfera da afetividade e que toca questões relacionadas, inclusive, a aparência dos filhos que se deseja ter. Diante disso, percebe-se nitidamente que o processo de rejeição/aceita-

ção – projetado para o futuro – representa a possibilidade, ou não, de "clareamento da raça". No limite, a autora quer nos apontar que "esse movimento revela que tanto a aceitação do ser negro quanto a sua rejeição não se dão apenas na esfera da racionalidade. [...] A expressão desse conflito passa, necessariamente, pelo corpo" (ibidem). Esse processo, construído social e historicamente, permeia toda a vida dos sujeitos.

O desenvolvimento desse processo está em consonância com as diferenciações sociais e com o racismo. A primeira opera em termos situacionais e relacionais, enquanto a segunda opera em termos de uma racionalização ideológica que constrói e advoga a existência de distâncias biológicas. A luta contra esses distanciamentos sociais e contra o racismo opera de maneira diferenciada pelos diversos sujeitos políticos envolvidos no processo. Para uns essa luta se realiza por meio da não modificação dos sinais presentes no corpo negro, pois a presença desses sinais remete a uma ascendência africana; por isso, segundo os adeptos desse projeto identitário, a negrice e a negritude passam pelos processos de manipulação do cabelo. Nesse contexto, os negros autênticos seriam aqueles indivíduos que valorizam seu cabelo em sua textura natural.

Gomes (2006) acredita que esse posicionamento também precisa ser valorizado em função de sua importância na luta contra a questão racial, mas, por outro lado, esse tipo de posição acaba envolvendo uma áurea ideológica radical em torno da construção da negritude. Sendo assim, alerta a autora, ao considerarmos o conflituoso processo identitário que envolve os corpos negros, precisamos agir com desabrida cautela, pois a manipulação do corpo e dos cabelos não significa, necessariamente, que o indivíduo negro negue seu pertencimento identitário. Pois a manipulação do corpo e do cabelo pode significar atos conscientes e inconscientes em direção ao reconhecimento da identidade negra.

> Alterar e/ou cuidar do cabelo crespo, um dado objetivo do corpo, transformado pela cultura, faz parte desse processo, o qual é cheio de tensões e ambiguidades e por isso comporta vários sentidos que vão

> desde a busca de penteados que camuflam o pertencimento étnico/racial até aqueles que o destacam ainda mais (Gomes, 2006, p.144).

Sendo assim, a manipulação do corpo e do cabelo por meio de cirurgias, tinturas, penteados, cremes etc., são vistos como partes constitutivas do processo de reconhecimento social, que, segundo Gomes, interpretando Todorov, comporta duas etapas distintas: a primeira seria o reconhecimento propriamente dito, enquanto a segunda etapa seria a confirmação dessa existência. A confirmação social da existência de alguém só acontece se o reconhecimento for realmente efetivado. Por isso, segundo o ponto de vista de Gomes (ibidem, p.145), "mais do que um sentimento de negação/afirmação do 'ser negro', a maneira como esses sujeitos lidam com o cabelo, a cor da pele e o corpo revela, na realidade, a construção de um sentimento de rejeição/aceitação".

> O processo de *rejeição/aceitação* é sutilmente diferente da negação do 'ser negro', pois negar-se a si mesmo e ser totalmente ignorado pelo outro representa um processo mais complexo. Já que o reconhecimento do nosso ser e a confirmação de nosso valor podem ser considerados o oxigênio da nossa existência, viver um processo de *negação* provoca um resultado muito mais danoso à nossa subjetividade e à nossa identidade (ibidem, p.147, grifos da autora)

Desse modo, Nilma Lino Gomes (idem, p.148) considera que "o movimento de rejeição/aceitação do cabelo crespo e do corpo negro diz alguma coisa sobre a existência desse sujeito". Portanto, é preciso acrescentar que esse movimento é, ao mesmo tempo, uma experiência dolorosa e libertadora que se realizada consciente e inconsciente, que pode servir de impulso na reversão das representações negativas construídas sobre o negro.

Ademais, o processo de rejeição/aceitação do negro é uma questão que passa, necessariamente, pelo escravismo brasileiro, período no qual o negro foi impedido de sua corporeidade, tendo em vista que havia se tornado uma coisa, um objeto. Entretanto, o escravizado ainda se reconhecia como humano, fator que gerava tensões ter-

ríveis; pois, de um lado havia a sociedade afirmando a inferioridade e o caráter não humano do "ser negro", mas, de outro, havia também a luta do próprio negro pela afirmação de sua humanidade e sua reivindicação como um ser pensante.

Essa mentalidade permeia nossas vidas ainda nos dias atuais, pois, "embora atualmente se negue o discurso de baixa intelectualidade dos negros, as pessoas ainda se admiram quando veem um homem ou uma mulher negra se destacar entre a intelectualidade brasileira" (Gomes, 2006, p.155). Embora não vivamos mais sob a égide do regime escravista, nem da empresa colonial, as imagens e representações negativas sobre o negro acabam se constituindo na ideologia da "cor e do corpo perfeitos". Temos uma imagem do negro e da negra construída à priori na medida em que essa imagem foi ligada ao estigma da doença e da sujeira. Se nos tempos da escravidão essa sujeira estava ligada ao regime de trabalho escravo, nos dias atuais essa situação ainda se encontra atada às questões do mundo do trabalho, pois a falta de integração dos negros na sociedade resultou em uma ampla camada de pessoas negras vivendo do subemprego, em condições indignas e expostas ao desemprego, aos bicos, e aos empregos mal remunerados, atividades que comumente exigem o esforço físico.

Combatendo a feiura: beleza negra em revista

Estudando a revista *Época*, Leandro Santos (2010) constata, que nas páginas deste periódico as representações simbólicas sobre as mulheres negras também tendem a associar o feminino negro ao signo da miséria, da pobreza e da violência. O autor verifica que a corporeidade é manipulada de forma a atender, não apenas interesses sociais e comerciais, mas serve igualmente para mascarar as relações raciais e para esconder relações de poder e dominação de um segmento populacional sobre o outro.

Esse mesmo autor (Santos, 2009) demonstrou que estudos recentes comprovam que a iconografia do corpo feminino negro ainda está diretamente atrelada às estruturas e papéis sociais determina-

dos por um passado que marca a população negra com o estigma da ignorância e da selvageria. Interpretando Patrícia Farias (2003), o autor verificou que na publicidade das revistas da década de 1970, a imagem do negro em textos publicitários naquele período é quase inexistente, e, quando apareciam eram frequentemente estereotipados pelo signo da pobreza e da inferioridade. No que se refere especificamente à mulher negra, percebeu-se que havia, de um lado, a intenção de a publicidade conectá-la ao espaço doméstico, em uma tentativa incessante de mantê-la associada ao passado escravista, mas, por outro lado, alguns anúncios relacionavam o corpo negro ao corpo sensual e exótico. Já os textos publicitários da década de 1990 mostravam as mulheres negras vinculadas ao turismo sexual. Em revistas como *Veja* e *Marie Claire*, por exemplo, essas mulheres apareciam com formas "sinuosas" e "bundas arrebitadas".

Se considerarmos a produção da indústria cultural dos anos 1940, verificaremos que já era possível encontrar imagens de mulheres glamorosas, cheias de espuma em banheiras perfumadas, no interior das revistas. Contudo, aquelas imagens mantinham-nas tímidas em relação ao prazer de as modelos estarem consigo mesmas. Segundo Denise Sant'Anna (1995, p.133):

> São imagens que mal deixavam ver o corpo feminino e, raramente, mostravam os cabelos e o rosto da mulher molhados. Nelas, a modelo aparecia, em geral, de olhos abertos, buscando o leitor, mãos apresentando o produto anunciado, rosto mantido, muitas vezes, visivelmente maquiado, corpo vestido pela densa espuma branca.

O olhar fixo no leitor tem o objetivo de conquistá-lo, de conseguir a sua aprovação e de seduzi-lo ao consumo. As expressões publicitárias desse período, por sua vez, revelam fórmulas breves que estimulam o gozo e o prazer em detrimento dos sacrifícios em busca da beleza. O corpo feminino libera-se de algumas amarras e o cuidar de si adquire outro *status*: gera prazer e sedução.

A maquiagem, neste sentido, "deixa de ser considerada um verniz ou uma máscara para favorecer a naturalidade e a expressão ao

mesmo tempo juvenil e sexy em voga". A cosmetologia, que passou, cada vez mais, a ter importância e independência cria diversas maquiagens que, "ao invés de simplesmente dissimular os pontos 'feios', quer preveni-los e corrigi-los. O receio moral de parecer uma mulher libertina ao se embelezar, cede terreno ao receio de não ter acesso aos produtos de beleza e de não saber exatamente como escolhê-lo e utilizá-los" (Sant'Anna, 1995, p.135).

Nesse contexto, os conselhos de beleza insistem que é preciso a mulher se conhecer, tocar e explorar o próprio corpo para torná-lo mais autêntico e natural.

> O corpo parece se transformar no único guia e na principal finalidade do processo embelezador. Embelezar-se é necessário não somente para garantir um bom casamento, mas para cultivar 'o prazer de se curtir'. Diante da imagem das novas modelos de beleza desta época, descontraídas, magras e flexíveis, as modelos do passado ganham uma fisionomia rígida, pesada e artificial (ibidem, p.136).

Embelezar-se passa a significar também um momento de contato mais íntimo com o próprio corpo, pois é preciso saber escutá-lo, ouvir o que ele tem a dizer. Ou seja, ser bela significa estar bem consigo mesma e saber responder a seus anseios mais íntimos e inconscientes. Nos dias de hoje, pois, ser bonita significa estar de bem consigo mesma. E todos os métodos de embelezamento vão ressaltar essa característica. A beleza passa a significar um estado de espírito, uma sensação de bem estar consigo mesma, é uma beleza que produz satisfação e prazer da mulher consigo mesma. Nas revistas, por exemplo,

> os cabelos podem ser vistos molhados e 'ao natural', na medida em que estejam bem nutridos e bem lavados; a mulher aparece de minissaia e de biquíni [...] na medida em que seu corpo está devidamente bronzeado, depilado e vestido com cremes [...]. A maquiagem mais perfeita de toda a mulher se torna a sua própria pele, diariamente submetida aos tratamentos embelezadores (ibidem, p.137).

Nos tempos de hoje, o que se quer não é mais combater a feiura, salienta Sant'Anna (1995, p.137), "o que se exige é a obtenção de um estoque de beleza suplementar". Nesse sentido, se o embelezamento significa mais do que um simples combate à feiura, ele engendra a promessa de a mulher se encontrar com ela mesma, "resistir à compra dos cosméticos ou, ainda, às aulas de ginástica, aos regimes, às cirurgias, etc., significa, sobretudo, resistir a proporcionar para si mesma um prazer suplementar. E, muitas vezes, tal renúncia representa uma experiência intolerável".

Mas, cabe ainda dizer que, ao consumir determinados bens, os consumidores não o fazem apenas sob a perspectiva do mercado, pois veem esses bens enquanto produtos culturais, com alto valor simbólico, cuja reflexão é exigida daquele que os consome. No caso específico de *Raça Brasil*, a valorização do ser negro se produz por meio do fortalecimento da negrice e da negritude, por meio da autoconfiança, do autoconhecimento e do sentimento de pertença. Não estamos falando apenas do pertencimento a uma coletividade negra, mas da inclusão a uma coletividade humana, com atenção especial ao mundo do trabalho e do consumo por meio da valorização da estética negra.

O que estamos querendo dizer é que o papel de *Raça Brasil* era justamente o de desconstruir os estereótipos que pesam sobre a mulher negra em *Terra Brasilis*. Na perspectiva de suas leitoras, essa era a questão primordial da revista. Contudo, o direcionamento que os produtores de *Raça Brasil* deram ao periódico foi outro. Faltou tanto a Roberto Melo quanto a Aroldo Macedo a perspicácia necessária para interpretar o que estavam dizendo os números do Datafolha. Pois aquela pesquisa tinha uma metodologia e objetivos próprios, e que divergem completamente de uma pesquisa de mercado.

Assim, o que *Raça Brasil* conseguiu detectar não foi uma massa de consumidores faminta pelo consumo. Na realidade, foram os consumidores negros que acreditaram que a revista conseguiria atender suas demandas. Mas quando perceberam que o direcionamento dado à revista divergia de seus anseios, abandonaram a revista ao seu pró-

prio destino e isso provocou apreensão em seus editores, forçando-os a repensar o projeto de identidade de *Raça Brasil*.

Isso não significa que as mulheres negras não se identifiquem com a revista, não é isso, mas essa queda nas vendas revela que a identificação não é incondicional. Mas, de qualquer maneira, é preciso dizer que a revista é uma referência para muitas mulheres. Essa referencia parte da identificação, que não é absoluta, mas cumpre um papel. Trata-se, pois, de uma identificação fragmentária. Entretanto, apesar de as mulheres não se identificarem com os estilos de vida mostrado na revista, há outros elementos que chamam sua atenção.

A revista, ao positivar a estética negra, também sai na contramão do conjunto de imagens e leituras negativas sobre o negro. Ela também tenta recriar um padrão estético negro, em uma associação entre a modernidade, a tecnologia e os padrões africanos. Assim, da mesma maneira como afiançamos que o tratamento que a revista dá ao corpo negro e ao cabelo crespo é um ato político, acreditamos também que o consumo da revista por homens e mulheres negros de todo o país também possa se encaixar nessa interpretação.

Assim, o que diferencia *Raça Brasil* das outras revistas são as múltiplas possibilidades de encontrar informações, de adentrar em discussões, ter o contato com imagens e pessoas que visualizem com positividade a beleza, a cultura e a identidade negra. Pois é por meio deles que a proposta de discussão da estética negra é posta nos debates sobre a beleza negra. Deste modo, a intervenção no corpo e no cabelo impulsiona a inúmeras interpretações: pode representar o desejo de uma mudança na aparência física, pela expectativa de a pessoa se sentir bem ou mais bela; pode estar vinculada à crença de que a mudança no cabelo no corpo pode ser usada como um passaporte para maior aceitação dentro de determinado grupo; mas pode representar, ao mesmo tempo, uma maneira de afirmação da identidade negra pela transformação criativa e autônoma da própria imagem.

Jornalismo de revista e a política editorial de *Raça Brasil*

Além da valorização da beleza negra por intermédio do trato com o cabelo, *Raça Brasil* também publica dicas de maquiagem e de moda, entrevistas com personalidades negras, biografias de homens e mulheres negros que tiveram ascensão social, discussões sobre temas polêmicos de interesse étnico, notícias sobre comunidades quilombolas etc.

O jornalismo de *Raça Brasil* está preocupado em revelar o corpo negro por meio da fotografia. Percebe-se com muita facilidade nas páginas dessa revista que o Brasil está repleto de pessoas negras "vencedoras" e "felizes", apesar das dificuldades encontradas durante o dia a dia de quem vive em um país como o nosso. Mas, apesar dessa característica de *Raça Brasil*, a periferia dificilmente é retratada por meio da fotografia. Para a revista, a periferia existe, apresenta problemas estruturais, tem problemas relacionados à violência, possui uma população extremamente carente de recursos materiais e que sente a ausência do poder público em quantidade e em qualidade, mas essa periferia jamais é fotografada da maneira como ela realmente se apresenta aos nossos olhos. Em *Raça Brasil*, o que se tem é uma periferia descrita e cuidadosamente interpretada por aqueles que falam sobre ela. Há um cuidado em não serem abordados temas que possam identificar a população negra ao estereótipo da pobreza e da miséria, nem menção a algo que possa levar o leitor a relacionar o negro à marginalidade, à violência e ao consumo de drogas.

A periferia também aparece nas reportagens de *Raça Brasil*, mas ela é apresentada como um espaço transformado e transformador de pessoas marginalizadas em cidadãos cientes e conscientes de seu papel na sociedade. Foi esta discussão que nos fez perceber que, em *Raça Brasil*, o negro e a negra estão sempre bem vestidos, sempre bem penteados e sempre bem maquiados, por mais que se fale em problemas de periferia, de quilombo ou de favela. O homem e a mulher negros da periferia podem obter ascensão social, dignidade, fama e dinheiro sem que precisem adentrar no mundo do crime. As

fotografias publicadas na revista portam a especificidade de tentar eliminar o estigma da violência, o estereótipo da miséria e da pobreza que se criou em torno dos negros da periferia.

Pelos indicativos, *Raça Brasil* abre espaço ao negro, valorizando sua história, cultura e sua descendência africana. A pretensão da revista é ser "uma revista para a família negra brasileira, com conteúdos interessantes e úteis para todos no seu dia a dia" (Editorial de *Raça Brasil*, Edição 90, setembro/2005). Por outro lado, é preciso dizer que, em determinados contextos, o corpo também é manipulado de forma a atender aos interesses político-econômicos de determinados grupos. Tal manipulação, na medida em que é fixada no imaginário coletivo, passa a ser traduzida como natural e inerente à condição humana, funcionando como instrumento de conhecimento e reconhecimento social. *Raça Brasil*, nesse sentido, não escapa a essa lógica. Numa reportagem publicada na edição número 102, de setembro de 2006, intitulada "*A sedução é negra*", é possível perceber que a revista afirma que a negrura da pele é o "tempero da raça". No contexto dessa reportagem, esta oração está sendo usada para garantir que a negrice é algo importante durante o processo de procura e conquistas amorosas; e também informa que o corpo negro seria mais sensual do que o corpo branco.

Se considerarmos o desenvolvimento histórico da humanidade, vamos perceber que o corpo negro foi preconceituosamente utilizado em várias épocas para segregar sociopolítico-econômico, cultural e espacialmente homens e mulheres negros à condição de imperfeição e animalidade, justamente por terem sido identificados como seres da desordem, do mistério e do prazer, em outras palavras, o corpo negro recebeu o degredo do convívio social por ter sido considerado, em determinados períodos históricos, a morada da sensualidade e da sexualidade descontrolada, não domesticada (Fonseca, 2005, 2000, 1994).

Gislene Aparecida dos Santos argumenta que, na cultura ocidental, as pessoas de cor preta em alguns momentos da história provocaram sentimentos de fascínio, e, em outros, uma sensação de medo ou horror. Para a autora, essas imagens foram construídas antes

mesmo dos discursos racialistas do século XIX ganharem força. Isso aconteceu porque durante muito tempo o imaginário europeu sobre a África e a Ásia remetia a imagens de seres assustadores, criaturas fantásticas e monstruosas. E, "Esse mundo maravilhoso também era um mundo demoníaco com um diabo quase sempre pintado de preto já que, entre os medievais, Satã é chamado de Cavaleiro Negro e de Grande Negro" (Santos, 2002, p.278). Nesse ambiente clerical, o ser negro conduzia as mentes ocidentais a criar uma imagem de lasciva e de pecado.

Segundo Cohen, conforme Santos (idem, ibid.), "os europeus enxergavam o preto como marca do mal e da depravação humana e não podiam entender que houvesse povos portadores de uma cor que era motivo de grande inquietação". Essa inquietação motivou muitos homens a tentar buscar explicações de por que os negros tinham a pele escura. Alguns argumentaram que isso se deu em função da influência do sol em suas peles. Outros disseram que os negros tinham a pele escura por causa de sua descendência de Caim, que teve a pele enegrecida por Deus após matar Abel. Houve tantos outros que afirmaram que o enegrecimento aconteceu por conta da maldição lançada aos filhos de Cam, por Noé. Além daqueles que indicavam a dieta alimentar africana como a causa para o escurecimento da cor da pele.

Guiadas pelo pensamento cristão, as concepções de negro que se tinha eram aquelas que criavam uma assimetria entre a cor branca e a cor negra. De modo que o branco esteve relacionado às qualidades de Deus e o negro remetia aos símbolos do Demônio. Juntando-se ainda o repúdio à cor negra que se manifesta também no imaginário social pela ciência e o progresso, o branco "cravou-se na consciência negra como sinônimo de pureza artística, nobreza estética, majestade moral, sabedoria científica, etc." (Costa apud Santos, 2002, p.279).

Ora, se o branco representa a razão, o belo, o bom, o justo e a humanidade, como valores desejáveis, o negro, por seu turno, em nossa maneira maniqueísta de ver as coisas, só poder representar a não razão, a loucura, a feiura, a injustiça e a animalidade. Deste modo, a imagem estigmatizada que o negro carregava em seu corpo, ao passar pelo crivo da ciência, ganhou outro *status*, e, na tentativa de de-

monstrar apenas pela "razão" a existência das coisas e/ou dos fatos, a ciência atribui à população negra a estampa de raça inferior. O que era diferente torna-se desigual, propiciando a desqualificação sociocultural e político-econômica de certos grupos étnicos.

Com isso, temos que, ao requerer para o negro a condição de possuidor de um corpo sedutor e sensual, *Raça Brasil* também traz consigo toda uma carga pejorativa, histórica e culturalmente produzida em torno da associação entre as duas palavras que aparecem no título de sua matéria, quais sejam: negra e sedução. Contudo, por mais contraditório que isso possa parecer, atribuir ao negro a condição de um ser atraente e sedutor não desqualifica a argumentação utilizada pela revista. Mesmo que o caminho utilizado pela jornalista Gabriela Sampaio, profissional que assina a matéria, sugira a perpetuação e (re)afirmação de alguns estigmas e estereótipos sobre o corpo negro, em especial ao feminino negro. Pois vista sob o prisma do culto ao corpo na sociedade de consumo, a reportagem adquire sua coerência mediante a utilização, ressignificada, das palavras que nomeiam e convidam o leitor a ler o texto.

Para muitos, a tentativa de resgate da identidade negra por intermédio do corpo, valorizando-se excessivamente o cuidado com o corpo, a corporeidade e o cabelo, parece revelar reflexões contraditórias em relação ao negro. De acordo com Nilma Lino Gomes (2006, p.26), "o cabelo não é um elemento neutro no conjunto corporal. Ele foi transformado, pela cultura, em uma marca de pertencimento étnico/racial. No caso do negro, o cabelo crespo é visto como um sinal diacrítico que imprime a marca da negritude no corpo". Alguns acreditam que a revista favorece uma visão e uma autoestima dos segmentos negros "embaçada" pelas lentes dos olhos brancos, como se o ideal de negro mostrado pela revista fosse pura e simplesmente o negro assimilado e embranquecido. Tantos outros não conseguem entender como uma revista, ciente de que a maioria da população negra brasileira vive em condições sociais de carência, recheia suas páginas com propaganda de produtos inacessíveis à maioria dessas pessoas.

Mas, diante do perfil de consumidor pretendido pela revista, é mais fácil compreender os por quês dos apelos ao estímulo para o

consumo de produtos para a pele e cabelo negros. Os editores da revista parecem compreender que o conceito de identidade também é algo historicamente construído por meio de uma série de mediações culturais diversas. Tanto o corpo, quanto o cabelo e a cor da pele são aspectos significativos nesse processo, pois são largamente usados como critério de classificação racial. De qualquer forma, não podemos recusar as evidências de que as propagandas de produtos étnicos, bem como as diversas imagens sobre o negro em *Raça Brasil* revelam homens e mulheres negros fora do contexto da marginalidade, da opressão e da pobreza. Isso, de uma forma ou de outra, exerce influências positivas na construção da autoestima daqueles/as que leem *Raça Brasil*.

Precisamos entender também que o uso de determinados estilos de cabelo, que em outras épocas incorporava um sentido político, pode ser usado, em outros contextos, com sentidos diversos daquele uso anterior, podendo, inclusive, expressar uma maneira pessoal e individual de o sujeito se expressar diante dos outros. No limite, o que queremos dizer é que o tipo de cabelo que, em um momento, pode ter sido utilizado como forma de posicionamento político pode sugerir, em situações específicas, uma maneira de ser, um estilo de vida.

Referências bibliográficas

ALMADA, S. Imprensa e racismo. In: RAMOS, S. (Org.). *Mídia e racismo*. Rio de Janeiro: Pallas, 2007, p.52-8.

BENJAMIM, W. A obra de arte na era da reprodutividade técnica. In: ______. *Obras escolhidas*. São Paulo: Brasiliense, 1985, p.165-96.

BUENO, M, L; CASTRO, A, L. (Org.). *Corpo, território da cultura.* São Paulo: Annablume, 2005.

CARRANÇA, F, BORGES, R. S. *Espelho infiel*: o negro no jornalismo brasileiro. Imprensa Oficial: São Paulo, 2004.

COURTINE, J. Os stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In:

SANT'ANNA, D. B. *Políticas do corpo*: elementos para uma história das práticas corporais. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p.81-114.

FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Nobel, 1995.

FONSECA, D. J. *A piada*: discurso sutil da exclusão, um estudo do risível no "racismo brasileiro". Tese de Mestrado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica: São Paulo, 1994.

______. *Negros corpos [I]maculados*: mulher, catolicismo e testemunho. Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica: São Paulo, 2000.

______. Corpos afro-brasileiros: territórios de estigma. In: BUENO, M. L, CASTRO, A, L. (Org.). *Corpo, território da cultura*. São Paulo: Annablume, 2005. p.67-76.

GOMES, N. L. *Sem perder a raiz*: corpo e cabelo como símbolos da identidade negra. São Paulo: Autêntica, 2006.

KOFES, S. (Org.). Gênero e raça em revista: debate com os editores da revista Raça Brasil. Campinas: *Cadernos Pagu* (6-7), 1996a, p.241-314.

KOFES, S. Comentar a revista Raça Brasil não é uma tarefa fácil. Campinas: *Cadernos Pagu* (6-7), 1996b, p.297-302.

MARTIN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, M. W. (Org.). *Sujeito, lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995, p.39-70.

MININNI, G. *Psicologia cultural da mídia*. São Paulo: A Girafa: Ed. Sesc SP, 2008.

MIRA, M. C. *O leitor e a banca de revista*: segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'água: Fapesp, 2001.

PISCITELLI, A. Comentário sobre a revista Raça Brasil. Campinas: *Cadernos Pagu* (6-7), 1996b, p.303-6.

REVISTA RAÇA BRASIL, São Paulo: Símbolo, Edição 90, set. 2005.

______, São Paulo: Escala, Edição 138, nov. 2009.

______, São Paulo: Símbolo, Edição 102, set. 2006

SANT'ANNA, D. B. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: ______. *Políticas do corpo*: elementos para uma história das práticas corporais. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p.121-139.

SANTOS, G. A. Selvagens, exóticos, demoníacos: ideias e imagens sobre uma gente de cor preta. São Paulo. *Estudos afro-asiáticos*, ano 24, n.2. 2002, p.275-89.

SANTOS, L. J. Representações do feminino negro nos textos jornalísticos da revista Época. In: Silva, G. G, MALOMALO, B. (Org.). *Às margens do atlântico sul:* reflexões negras. São Paulo: Factash, 2010.

SANTOS, L. J. A construção do feminino negro no jornalismo de revista. *Revista Espaço feminino.* v.21, n.1, jan/jul 2009, p.167-79.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

SODRÉ, M. *Claros e escuros*: identidade, povo e mídia no Brasil. 2.ed. Vozes: Petrópolis, 2000.

TURRA, C., VENTURI, G (Org.). *Racismo cordial*: a mais completa análise sobre o preconceito de cor no Brasil. 2.ed. São Paulo: Folha de São Paulo; Datafolha, 1998.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e diferença*: a perspectiva dos estudos culturais. 6.ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

5
Culto ao corpo na telenovela: apropriações, consumo e identidades sociais[1]

Juliana do Prado

Introdução

Este artigo discute os resultados de pesquisa realizada a partir da gravação e análise de alguns capítulos da telenovela *Belíssima,* exibida no horário nobre da Rede Globo, no ano de 2009. Para tanto, enfocamos diversos temas envolvidos na telenovela e suscitados na pesquisa de campo, tais como a inserção de *merchandising* dentro da telenovela em questão, a influência (identificação/ projeção) dos personagens na vida cotidiana dos telespectadores, bem como a discussão sobre a construção de gênero.

Cabe, antes de tudo, lembrarmos que a telenovela constitui-se em um produto cultural que resulta de uma modificação de um gênero que se desdobra desde o folhetim francês do século XIX até as radionovelas e cinema latino-americano: o melodrama, que nas palavras de Jesus Martín-Barbero (2003, p.279) é "[...] o gênero capaz de estruturar qualquer tema ou situação ao mesmo tempo encarnando mitos e massificando comportamentos". Geralmente, afirma-se que sua introdução no Brasil data de 1963; entretanto, a história parcela-

1 Pesquisa de iniciação científica desenvolvida com o apoio da Fapesp.

da ou o folhetim eletrônico foi descoberto na década de 1950. Inicialmente produzidas como comercial de companhias multinacionais de sabão, como a Colgate-Palmolive, tendo as *soap operas* americanas como referências, as telenovelas não eram exibidas diariamente. A introdução do videoteipe em 1962 permitiu a exibição diária.

O papel da TV Globo na produção de telenovelas foi e ainda é importantíssimo para sua consolidação como produto cultural de massa, embora as produções de telenovelas em outras emissoras tenham aberto concorrência desde a década de 1990 e venham se acentuando atualmente. O que diferencia a TV Globo na produção de telenovelas é o fato de ela ter constituído ao longo dos anos um verdadeiro *star system* hollywoodiano, consolidando um *cast* de profissionais (autores, diretores, produtores, elenco, profissionais técnicos etc.) capaz de mobilizar outras mídias, exportar telenovelas para o mundo todo.

Nesse sentido, podemos afirmar que a TV Globo pôde criar o hábito de assistir televisão em família. A simultaneidade das imagens é o que torna possível uma relação de familiaridade com o telespectador. O contato diário com a telenovela faz que os telespectadores procurem alguma forma de identificação carismática ou identificação de repulsa. Edgar Morin (1992, p.115) verifica que tal fato é produto da própria cultura de massa:

> como toda cultura, a cultura de massa elabora modelos, normas; mas, para essa cultura estruturada segundo a lei de mercado, não há prescrições impostas, mas imagens ou palavras que fazem apelo à imitação, conselhos, incitações publicitárias.

A compreensão fica mais clara quando a televisão é analisada como um meio que inaugura – nos termos de Jesus Martín-Barbero – novas "estratégias de comunicabilidade". Tais estratégias se efetuarão por meio da simulação do real que tem como função orientar o comportamento dos indivíduos nas sociedades modernas. Como coloca Muniz Sodré (1987, p.47), "parte do sistema organizador, a televisão é o espelho, no qual, narcisicamente, a ordem tecnocapitalista

se reflete e indica as suas grandes linhas de constituição de identidades sociais".

Na cultura de massa, os modelos de representação tradicionais são substituídos – nos termos de Edgar Morin – pelos novos "*Olimpianos*", que no Brasil são os atores e personagens de telenovelas. As telenovelas possuem uma capacidade de orientar o comportamento e o consumo da sociedade como nenhum outro produto cultural brasileiro. O culto ao corpo tem sido muito representado já há algum tempo, entretanto, tem sido mais enfatizado em telenovelas atuais. Nas sociedades modernas as identidades sociais dependem de uma definição que se efetuará basicamente no âmbito da aparência pessoal. Assim, o culto ao corpo, compreendido como a busca de distinção por meio da moda e do uso de produtos de beleza, torna-se uma das temáticas mais trabalhadas, configurando-se em eficiente estratégia de comunicabilidade das telenovelas.

O caso da telenovela no Brasil é importante nesse debate, visto que há toda uma mobilização da imprensa especializada em beleza em torno dos personagens que expõem o corpo. Exemplo claro disso pode-se verificar nas revistas femininas, que, na maioria das vezes, trazem na capa atrizes de telenovelas como modelos a serem seguidos ou até mesmo em capa de revistas masculinas para que possam ser objeto de admiração. Além disso, é possível notar que campanhas publicitárias de cosméticos, roupas, produtos de higiene pessoal e acessórios são patrocinadoras ou são inseridas dentro do enredo da telenovela.

Partindo, portanto, do pressuposto de que a telenovela é o principal produto cultural de massa no Brasil, na medida em que atinge a maioria da população, e considerando-se que o culto ao corpo (cuidados com a beleza) vem ganhando espaço crescente, propomos o estudo da forma como a temática corpo é retratada nas telenovelas brasileiras, tendo como eixo de discussão questões como: o sexo e a nudez são recursos para elevação de audiência? A exposição do corpo nas telenovelas orienta o comportamento e o consumo da sociedade? De que outras formas o corpo (tanto feminino, quanto masculino) é utilizado?

Para nos orientarmos no sentido de buscar respostas para essas questões, lançamos mão de duas hipóteses. A primeira diz respeito ao fascínio provocado com a exposição do corpo e do erotismo; que a telenovela, por abordar temas privados, ligados à família e à intimidade, em âmbito público, possa orientar o comportamento das pessoas, especificamente no que diz respeito aos cuidados com o corpo e com sua apresentação.

Cristina Costa (2000, p.185), ao analisar a abordagem de temas familiares em telenovelas constata que

> ao enfatizar a organização familiar da sociedade, ao estabelecer oposições binárias irredutíveis, ao criar conflitos providenciais, a telenovela da atualidade infantiliza a vida social e reduz a ação dos personagens às relações de alcova.

Para a compreensão de como funciona o mecanismo manipulador da publicidade de produtos de beleza, lançamos mão de uma outra hipótese. Esta gira em torno da ideia de que o poder panótico atua de forma vigilante no culto ao corpo, tendo como referência modelos das telenovelas, com a finalidade de controlar-estimular o público.

O autocontrole engendrado pelo *panopticon* atua sobre a consciência individual. Nas sociedades modernas, esse controle se efetuará por meio dos novos modelos de representação. Trabalhamos com a hipótese de que ocorreria uma inversão do mecanismo clássico do *panopticon*, pois quem controla não é o observador, mas o objeto observado, que olha e controla sem ser visto. Exemplo disso pode-se verificar nas pesquisas de mercado realizadas pela publicidade e no monitoramento da audiência, em que há uma observação dos hábitos do público. De forma sutil, a televisão, particularmente a telenovela, sugestiona e, ao mesmo tempo controla e vigia o comportamento da sociedade por meio de seus modelos.

O culto ao corpo é um comportamento muito enfatizado pelas telenovelas, e é possível perceber que sua repercussão também se dá por relações de poder. A consciência do próprio corpo só pôde ser

adquirida pelo investimento do próprio poder. Como nos lembra Foucault (2000, p.146),

> a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular, a nudez, a exaltação do belo corpo... tudo isto conduz ao desejo de seu próprio corpo através de um trabalho insistente, obstinado, meticuloso, que o poder exerceu sobre o corpo das crianças, dos soldados, sobre o corpo sadio.

Foucault ainda observa que com a liberalização do corpo dos poderes houve um aproveitamento da economia, de maneira que ela trouxe à tona produtos de beleza e erotismo: "como resposta à revolta do corpo, encontramos um novo investimento que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação: 'Fique nu...mas seja magro, bonito, bronzeado!'" (idem, p.147).

Nesse sentido, o poder panótico atua de forma vigilante no culto ao corpo, tendo como referência modelos das telenovelas, com a finalidade de controlar-estimular o público a partir de um redirecionamento do discurso: "Fique nu...mas seja magro, bonito, bronzeado, como o protagonista da novela das oito!".

Embora não seja possível estabelecer uma relação entre as cenas eróticas e que exploram o corpo com os índices de audiência coletados junto ao Ibope, os dados que indicam a liderança de audiência da novela do horário nobre são muito explorados pela própria emissora, como veremos mais adiante por meio de um boletim informativo para publicitários publicado pela Direção Geral de Comercialização da Rede Globo, indicando os perfis dos telespectadores, e as vantagens de se anunciar em programas da emissora. Desse modo, a Rede Globo mantém informados os profissionais do meio da publicidade sobre seus programas e as possibilidades de anúncio.

Na primeira discussão, procuraremos fazer uma análise de como o receptor se apropria das mensagens transmitidas pela telenovela para formar sua identidade social tendo como eixo de discussão a influência dos personagens da novela analisada na aparência pes-

soal do receptor. Com isso, discutiremos os mecanismos de identificação-projeção trabalhados por Morin, assim como temas relacionados à construção de gênero, como masculinidade e feminilidade, muito suscitados na novela *Belíssima*.

Como segundo ponto de discussão, faremos uma análise de como a sexualidade é tratada na telenovela e de como ela pode orientar a vida íntima das pessoas, a partir da transmissão de noções contemporâneas de comportamento.

Contextualização da pesquisa de campo

Para a constituição de uma rede de contatos composta por telespectadores de telenovelas, partimos estrategicamente da observação de um salão de beleza, localizado na cidade de Araraquara. A escolha desse espaço justificou-se pelo fato de ser privilegiado para se compreender as mediações entre telenovela e sociedade no que se refere à temática corpo, devido não somente ao levantamento de comentários e impressões sobre o tema, como também aos possíveis comportamentos relacionados à aparência pessoal, orientados pelos personagens das telenovelas.

Quando fora iniciada a pesquisa de campo, uma das inquietações iniciais era como escolher o salão de beleza. Logo que iniciei a pesquisa, inquietava-me a questão de encontrar uma maneira ideal para a inserção no ambiente a ser observado, sem perder a credibilidade e, de modo, a conquistar informações dos sujeitos. Isso, pois, sem mencionar a diferença existente entre o pesquisador, que ainda está iniciando suas atividades, e o meio pesquisado.

A primeira parte da pesquisa de campo primou pela observação dos salões, que foram escolhidos baseados em dois parâmetros: nível socioeconômico do salão e localização. Foram escolhidos dois salões que se situam no centro da cidade de Araraquara, sendo um salão mais popular, que atendia um público de classe baixa cujo nome é *Cabelos Etc.*, e outro salão mais requintado, que atendia público de classe média-alta cujo nome é *New Look clínica de Beleza*.

Frequentei os salões durante um mês, registrando tudo em diário de campo; onde pude observar claramente que a maioria das pessoas realmente se orienta para formar seus estilos, de acordo com a aparência e personalidade dos personagens da telenovela *Belíssima*, do horário nobre da Rede Globo. Foi de extrema relevância poder aliar a teoria à *práxis*, isto é, conhecer o que se passa realmente no cotidiano do receptor, com os quais trabalhamos, assim como os processos que orientam o consumo e – partindo da reflexão de Michel de Certeau – as medidas astuciosas tomadas pelos consumidores, que traçam trilhas de diferentes formas de usos das mensagens televisivas, as quais escapam aos olhos da estatística.

Nos dois salões verifiquei que a frequência do público feminino atinge uma escala bem maior em relação ao público masculino, o que não significa que os homens não frequentam salões, eles frequentam, porém em uma escala menor. O salão mais popular, *Cabelos Etc.*, tem como característica marcante a frequência de um público vasto e bastante variado, tendo assim como clientela pessoas de várias faixas etárias. Em geral, é frequentado por mulheres acima de 25 anos, com os perfis de donas de casa e estudantes. Dentre o pequeno público masculino, destacam-se homens acima de 25 anos também. Trata-se de um salão muito frequentado, principalmente nos finais de semana, onde os serviços referentes a cabelo, manicure e pedicure, depilação, sobrancelha e limpeza de pele são oferecidos à clientela. Dentre os serviços prestados, os que têm maior procura são corte de cabelo, cujo preço é seis reais e manicure e pedicure, cujo preço é dez reais e é também nesses serviços que o cliente procura seguir as tendências de moda apresentadas na novela.

O salão que atende ao público de classe média-alta caracteriza-se por ser um salão que oferece maior variedade de serviços dentre os quais, destaco: cabeleireiros unissex, estética facial e corporal, depilação, maquiagem social definitiva, podóloga, escova definitiva e atendimento especial para noivas. Trata-se de um salão mais sofisticado em todos os sentidos, desde a arquitetura até os recursos de atendimento; salienta-se que o público masculino tem local exclusivo de atendimento no salão. O salão é muito frequentado por

mulheres de várias idades, em sua maioria profissionais liberais e estudantes universitárias. Foi verificado que homens não frequentam muito o salão, frequentam mais aos finais de semana, geralmente são estudantes universitários e profissionais liberais. Assim como no salão mais popular, foi verificado que há uma procura grande por seguir tendências de moda apresentadas na novela, principalmente no que diz respeito ao corte de cabelo, cujo preço gira em torno de 25 reais – o corte feminino, e 15 reais o corte masculino, e manicure e pedicure, cujo preço gira em torno de 21 reais.

É evidente que existem diferenças entre os dois salões, tanto no que diz respeito ao público quanto ao espaço propriamente dito. Enquanto o salão mais popular tem um espaço restrito, não muito confortável, o salão de classe média-alta possui um espaço amplo e confortável, diferença esta que pôde ser percebida com o auxílio do recurso fotográfico. Outra diferença importante constatada foi o tipo material colocado à disposição do cliente para se distrair enquanto aguarda a oportunidade do atendimento. O salão popular possui revistas em sua maioria de novelas, tais como *Tititi*, da Editora Abril e *TV Brasil*, da editora Escala, revistas especializadas em beleza e revistas de assuntos gerais, como a revista *Veja*, da Editora Abril. Já o salão de classe média-alta possui revistas e jornais locais e revistas de celebridades, tais como *Contigo*, e de comportamento em geral, tais como *Cláudia* e *Nova*, todas da Editora Abril. Esses exemplos ilustram bem que as diferenças não são apenas diferenças econômicas e sociais, mas também o que difere os dois salões se situa no âmbito cultural.

Depois da observação, realizada durante um mês, foram realizadas vinte entrevistas com os clientes do salão, com o auxílio do gravador. O critério utilizado para a seleção dos entrevistados foi primeiramente o sexo, depois a faixa etária. Para compor uma amostra adequada ao objetivo do projeto, foram formados quatro grupos em cada salão. Um grupo formado por três mulheres de idades acima de 25 anos e outro formado por três mulheres de idades abaixo de 25 anos, resultando em um total de seis mulheres entrevistadas por salão. Como já foi citado que a frequência de homens em salões

de beleza é baixa, eles foram divididos em dois grupos formados por dois homens com idades acima de 25 anos e dois homens com idades abaixo de 25 anos, resultando em um total de quatro homens entrevistados por salão. O roteiro de entrevistas foi semiestruturado com algumas perguntas fechadas e perguntas abertas em sua maioria. Perguntas estas que visam identificar o padrão cultural do entrevistado e sua opinião sobre alguns contextos da telenovela analisada. Foi utilizada uma linguagem de fácil acesso, para que os entrevistados pudessem entender as perguntas e para evitar uma hierarquia entre entrevistadora e entrevistado.

Foi uma etapa muito difícil, de vários dias infrutíferos, sem conseguir uma entrevista, inquietava-me a ideia de uma possível recusa e até mesmo de um estranhamento com a minha presença. As entrevistas foram realizadas geralmente nos finais de semana, no período da tarde. Para me aproximar dos entrevistados, eu me apresentava primeiramente, mencionando a faculdade e o curso que faço; assim como apresentava a proposta de minha pesquisa e o motivo da realização da entrevista. No salão mais popular, elas foram realizadas com mais facilidade, visto que se trata de um salão mais movimentado, onde a abordagem foi mais fácil. Houve apenas duas restrições para realizá-las, em função de utilização do gravador; além de se constituir um ambiente mais familiar para mim, pelo fato de o público frequente pertencer à mesma classe social que eu, reduzindo-se as dificuldades de abordagem.

Esse salão tem como clientela pessoas de várias faixas etárias. Em geral é frequentado por mulheres acima de 25 anos, com os perfis de donas de casa e estudantes. Dentre o pequeno público masculino, se destacam homens acima de 25 anos também. O público que frequenta o salão é composto por pessoas que concluíram o segundo grau e que são donas de casa, servidores públicos e profissionais liberais; em uma escala menor estão estudantes universitários e pessoas que já concluíram o ensino superior. São pessoas que têm hábitos de leitura não muito frequentes, destacando-se a leitura de jornais e revistas perante a leitura de livros. De um total de dez entrevistas realizadas, seis pessoas têm o hábito de assistir a te-

levisão, dentre elas, dois homens e quatro mulheres. Das pessoas que não assistem, ou que assistem pouco, constam dois homens e duas mulheres. Geralmente, a justificativa das pessoas que não assistem está relacionada ao tempo. Mas a amostra de pessoas escolhidas para se realizar as entrevistas não pressupunha que elas devessem assistir à telenovela analisada, uma vez que o roteiro tratava de verificar se as pessoas se orientam de acordo com os personagens, no que diz respeito à aparência pessoal, assim como alguns temas tratados na novela que estavam relacionados aos problemas de pesquisa, principalmente com relação às cenas de sexo e de nudez, bem como a temas relacionados a construções de gênero que são muito abordados em telenovelas atuais. Embora muitos entrevistados alegaram não assistir à *Belíssima*, estes apresentavam uma relação de familiaridade com os diversos estilos de vida propagados pela novela, e até mesmo com a própria trama. Pode-se destacar aqui a grande quantidade de revistas no salão; como já salientado, revistas especializadas em celebridades e em beleza que traziam modelos baseados na telenovela em questão, que orientavam os frequentadores. Na *Belíssima*, a presença de vários estilos de vida era marcante, e se expressava principalmente pela aparência, pela moda. Nesse sentido, podemos perceber que houve uma correspondência entre os frequentadores dos salões e os personagens, independentemente destes assistirem ou não à novela. Foi possível notar que a telenovela não orienta as pessoas apenas no que diz respeito à aparência, mas também no que diz respeito ao estilo de vida que é evocado pela aparência dos personagens. Como por exemplo, o estilo do personagem Narciso, de homem vaidoso, que é uma tendência marcante nos salões de beleza atualmente.

Das pessoas entrevistadas, seis assistiam à *Belíssima;* todas são mulheres, sendo que três assistem pouco (uma acima de 25 anos e duas abaixo). Ou seja, a maioria das mulheres que assistem é composta por dona de casa e acima de 25 anos. As mulheres com idade inferior a 25 anos que assistem pouco à novela são estudantes, cujo horário de estudo coincide com o da novela. Entretanto, foi possível entrevistá-las, levando em conta fatores mencionados acima.

No salão de classe média-alta, houve muita dificuldade na realização das entrevistas, uma vez que os clientes geralmente estavam com pressa, dificultando a abordagem e, na maioria das vezes, reagiam hostilmente com relação a minha presença, fato este que me inibiu durante algum tempo.

O salão caracteriza-se por estar sempre movimentado diariamente, com uma movimentação maior aos finais de semana. O público feminino geralmente é composto por mulheres donas de casa, estudantes universitárias e profissionais liberais. Já o público masculino, apresenta-se em escala menor, geralmente é composto por profissionais liberais, estudantes, professores, advogados etc. A maioria das pessoas atendidas possui o grau superior de escolaridade. São pessoas que têm hábitos de leituras mais frequentes, principalmente de jornais e revistas locais, os quais se encontram disponíveis no próprio salão.

Das dez entrevistas realizadas, seis pessoas têm o hábito de assistir a televisão, sendo cinco mulheres e um homem. Quatro pessoas assistem pouco ou não assistem, sendo uma mulher e três homens. Nenhum homem assiste à novela *Belíssima*, somente quatro mulheres assistem (duas abaixo de 25 anos e duas acima).

Assim como no salão mais popular, havia uma procura grande por cortes de cabelo, tendências de beleza indicadas pela novela, principalmente das protagonistas, no salão *New Look* também se pode perceber essa procura, muito registrada pelos cabeleireiros também. As cabeleireiras afirmavam que cinco entre dez mulheres que frequentavam o salão diariamente queriam cortar o cabelo igual ao da Vitória ou deixar as unhas iguais às da Júlia, ambas personagens centrais na trama.

Entretanto, pode-se concluir que as entrevistas, de forma geral, foram muito importantes em todo o processo de pesquisa, e vieram acrescentar muito na análise do tema proposto. A pesquisa, como um todo foi muito estimulante, pois permitiu um jogo interativo entre as Ciências Sociais e outras ciências existentes, sobretudo as de comunicação, além de conectar o pesquisador a seu objeto de estudo.

Apropriações, consumo e identidades sociais

A telenovela exerce um papel de fundamental importância na representação da sociedade brasileira, no meio televisivo. Abordando temáticas fortes e contundentes, ela se firmou como o produto cultural mais rentável do Brasil. Esse gênero é capaz de propiciar a expansão de dramas privados em âmbito público, bem como mediar as relações entre política e sociedade. Inicialmente, eram produzidas por empresas de produtos de limpeza e tinham como alvo preferencial as mulheres donas de casa; atualmente, elas se dirigem a toda família brasileira e retratam os mais diversos temas. Isso acontece porque ela é um produto que consegue unir diversão, informação e até mesmo campanhas sociais, ao mesmo tempo em que se é possível encontrar os modelos de homem e mulher, de relacionamentos, de organização familiar e social que são constantemente seguidos pela maioria da população.

Sendo assim, tendo em vista a importância que a telenovela possui no cotidiano dos brasileiros, se faz necessário analisar a maneira pela qual as pessoas utilizam as mensagens que consomem para formar sua identidade. Trata-se de um produto que vem sendo consumido por toda a família brasileira há muitos anos. Mais que consumido, trata-se de um produto que vem constituindo o imaginário contemporâneo da sociedade brasileira, que invade todas as casas de todas as famílias e com seu discurso universal fornece os "mitos de autorrealização da vida privada" (Morin, 1992, p.112-3).

A respeito do debate sobre identidade social, vale lembrar Stuart Hall, quando analisa a identidade cultural na pós-modernidade. Para ele, as velhas identidades que, por tanto tempo, estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo com que o sujeito moderno tenha uma identidade fragmentada. As concepções de sujeito iluminista, como um indivíduo centrado, unificado, com capacidade de razão, de consciência e de ação, assim como a concepção de sujeito sociológico, de que o indivíduo forma sua identidade a partir da interação do eu com a sociedade, são substituídas pela concepção de sujeito pós-moderno, que não tem uma

identidade fixa e permanente, que assume diversas identidades não unificadas.

Na sociedade atual, o sujeito é fragmentado, composto de várias identidades,e por isso tornou-se mais variável, provisório e complexo. Como coloca Hall (2000, p.13): "a identidade torna-se uma 'celebração móvel': formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam". Nessa sociedade, o papel da televisão é substituir os antigos modelos de representação, e apresentar novos modelos de identidade a serem seguidos pelo público.

Para apresentar tais modelos, a telenovela atua, nos termos de Jesus Martín-Barbero, a partir de suas "estratégias de comunicabilidade". Tais estratégias acionam as matrizes culturais, que são referências de diversos grupos sociais e que formatam a memória – no caso da América Latina, essas matrizes são reconhecíveis no melodrama.

As "estratégias de comunicabilidade" reconfiguram os espaços de sociabilidade tradicionais, na medida em que reduzem a convivência social, antigamente traduzida em festas populares de participação coletiva, ao exercício do olhar, ao universo do espetáculo. Na sociedade urbano-industrial, a convivência social se efetuará de outra forma, observada por Muniz Sodré (1987, p.37): "fechado em si mesmo ou no grupo familiar dentro dos compartimentos em que se divide o espaço incomunicável do prédio urbano, o indivíduo mantém uma relação privada com o mundo por meio da telepresença".

A partir daí, é possível compreender a competência cultural da televisão: ela é um meio de comunicação que se destaca porque desativa as diferenças sociais por meio de uma matriz cultural reconhecida por toda a massa e capaz de realizar uma integração ideológica por meio de seus gêneros. Pode-se dizer que as telenovelas, como desdobramento do gênero melodrama, resgatam as matrizes culturais e as adaptam às lógicas de produção.

O funcionamento das lógicas de produção deve-se, entre outros fatores, como competitividade tecnológica e estrutura empresarial, à competência comunicativa. A competência comunicativa é a ca-

pacidade de construir um gênero que obtenha reconhecimento do público. O reconhecimento do público se dá pela simulação do real, pela simulação das relações sociais cotidianas, e fornecem modelos de representação da cultura de massa. Esses modelos "[...] refletem as representações sociais geradas por instituições vigentes ou pelo senso comum, mas corrigidas por um filtro próprio e de tal modo que dificilmente se poderia indicar uma fonte específica de valores" (Sodré, 1994, p.42-3).

As "estratégias de comunicabilidade", eixo da mediação televisiva, são construídas dessa forma. A telenovela possui estruturas que são reconhecidas e despertam o interesse do público de maneira geral, por tratar de dramas familiares e amorosos principalmente. Estão sempre presentes paradigmas de comportamento que recorrem ao contexto cultural existente, sem fugir da matriz cultural do melodrama. Por meio da circulação de mensagens gerais, a telenovela é capaz de sensibilizar todas as classes e compor novos modelos de identidade.

Sua exibição ocorre uma em seguida da outra, de acordo com o horário. Embora sua estrutura seja derivada do melodrama, na qual sempre há a figura do vilão, da vítima, do bobo e do justiceiro, ela sempre tenta imitar a vida real e acompanhar o contexto cultural que corresponde ao momento. Partindo do pressuposto de que o público se orienta para formar sua identidade a partir do que está sendo transmitido na telenovela, na medida em que há uma rotação muito rápida de telenovelas em exibição, pode-se dizer que sua identidade é fragmentada, e segue o que está sendo transmitido. O sujeito pós-moderno de que fala Hall, se caracteriza por ser esse sujeito de identidade volátil e multifacetada, cujas várias facetas são indicadas pelos novos modelos de representação da cultura de massa, encontrados sobretudo nas telenovelas. Podemos dizer que a formação da identidade na cultura de massa, portanto, implica em um processo que vai desde o resgate das matrizes culturais reconhecidas pelo sujeito (e no caso da telenovela, do melodrama, reconhecido por todas as classes sociais) até as apropriações de comportamentos de modelos de representação,

que fornecem ao mesmo tempo a identificação e a projeção de que nos fala Morin. E a telenovela passa por estes dois processos; além de outros fatores, é por isso que ela se constitui um produto cultural que compõe o imaginário da sociedade brasileira.

Maria Rita Kehl, ao abordar a televisão como formadora da identidade nacional brasileira, situa o papel da telenovela como primordial, haja vista sua capacidade de ativar os mecanismos de identificação-projeção no imaginário dos brasileiros. De fato, a inserção de elementos de realidade na telenovela leva consequentemente à inserção da telenovela na realidade brasileira, ou seja, é no realismo tratado a partir da década de 1970 que a telenovela se torna uma extensão da vida cotidiana. E como uma extensão da vida cotidiana, ela ativa em nosso imaginário o mecanismo de identificação, se caracterizando como um elemento conformador da identidade nacional brasileira. Ao mesmo tempo, projeta uma imagem do que desejamos ser, da realidade que gostaríamos que existisse, dos nossos sonhos. A identificação se dá basicamente por uma falta de separação entre a vida cotidiana e o que é representado na telenovela; o indivíduo em meio à turbulenta vida cotidiana do trabalho chega em casa e encontra uma forma de entretenimento que simula a vida real de tal forma que parece fazer parte de sua própria realidade, e ao mesmo tempo apresenta seus sonhos. Na medida em que o processo de identificação corresponde ao processo de projeção, o indivíduo identifica-se com as imagens e, ao mesmo tempo, conforma-se com o seu sonho apresentado e confundido com a realidade. A ordem televisiva sustenta-se pela evocação da satisfação dos desejos e por isso é sedutora. Essa satisfação se dá basicamente pelo consumo de imagens, mensagens e produtos.

> É uma relação em que um grande emissor de código produz, simultaneamente, a formulação do desejo e do objeto de satisfação, que se dá em razão da própria forma do discurso televisivo, o qual nunca se cala, nunca abandona o espectador e tenta nunca frustrar suas expectativas. (Kehl, 1995, p.172)

Dessa forma, os personagens das telenovelas são tidos como *"Olimpianos"*, nos termos de Edgar Morin, e estendem sua "existência" para além da imagem televisiva, se tornando mais próximos da vida cotidiana e, portanto, capazes de orientar o comportamento da sociedade. Nas palavras de Morin, "os *olimpianos* realizam os fantasmas que os mortais não podem realizar, mas chamam os mortais para realizar o imaginário [...] são simultaneamente magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos imitáveis" (1992, p.112-3). Assim, a telenovela se transforma em um espelho que apresenta as linhas de constituição das identidades sociais.

Nas sociedades modernas, as identidades sociais dependem de uma definição que se efetuará basicamente no âmbito da aparência pessoal. A aparência pessoal vem ganhando preocupação crescente desde o século XX e tem revelado a importância que o culto ao corpo vem assumindo. Segundo Claude Fischler (1995, p.71), "nosso corpo é um signo imediatamente interpretável por todos de nossa adesão ao vínculo social, de nossa lealdade às regras da distribuição e da reciprocidade".

Na primeira metade do século XX, em função da tradição cristã, o corpo era apresentado como a prisão da alma, e por isso deveria ser tratado com respeito, mas sem exagero. A beleza era tida como uma dádiva divina e a falta dela, quase que como uma doença, tanto que, até os anos 1930, a publicidade da beleza utilizava o termo remédio ao invés de cosmético (Sant'Anna, 1995). No final da década de 1960 e na década de 1970, com os movimentos feministas, a liberação do corpo se revelou para além de manifestos contra a repressão, se revelou um espetáculo apoiado em uma cultura hedonista de exposição do corpo e cuidados com a beleza.

Motivadas por esse culto ao corpo, as campanhas publicitárias de cosméticos e de roupas utilizaram imagens de personalidades do cinema e principalmente da televisão, para criar novos hábitos de cuidados com a beleza. Nesse sentido, vale lembrar Antoine Prost (1992, p.98) ao analisar o papel das estrelas de cinema para alterar as práticas de cuidados com o corpo:

> com essas imagens, práticas novas: vender xampu ou uma pasta de dentes é, em primeiro lugar, impor ao público, com a imagem da cabeleira ou do sorriso de uma estrela de cinema, a ideia de que é preciso lavar os cabelos ou os dentes, e não há como ampliar as vendas de bronzeadores enquanto a pele bronzeada na volta das férias não se tornar um imperativo social. Assim, os comerciantes contribuíram mais do que os higienistas para difundir novos hábitos do corpo.

Numa época em que o consumo de massa possibilita maiores oportunidades de escolha, e, por conseguinte, uma necessidade latente de designar a individualidade dos gostos, a utilização de estrelas de telenovela para difundir novos hábitos de consumo no Brasil, se revela como uma estratégia muito eficiente, principalmente no que diz respeito à formação de novas identidades por meio do consumo.

O consumo utiliza as mercadorias para manter firme uma série de juízos nos processos cambiantes de classificação das pessoas e dos acontecimentos. Segundo Jesus Martín-Babero (2003, p.302),

> o consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais.

Nas sociedades capitalistas, a expansão da produção de mercadorias deu origem a um processo de constituição das identidades, que passa fortemente pelo consumo. Em meio a uma cultura de massa que dissolve as diferenças sociais e converte todas as classes em uma única massa homogênea, há, em contrapartida, uma busca incessante por individualidade, na qual o mercado tem uma posição importantíssima, na medida em que proporciona às pessoas imagens – sonhos que fantasiam a realidade e que lhes induzem ao consumo. A televisão obtém o conhecimento das novas mercadorias, sobre seu valor social e cultural, e promove por meio das telenovelas toda uma cultura de consumo estético e a maneira correta de utilizá-lo para demarcar identidades sociais.

Para a compreensão de como o mercado induz as pessoas ao consumo, partimos inicialmente da hipótese de que a publicidade atua por meio do poder panótico de forma vigilante no culto ao corpo, tendo como referência modelos das telenovelas, com a finalidade de controlar-estimular o público.

Esse controle irá se efetuar, conforme já salientado, por meio dos novos modelos de representação, que, segundo Muniz Sodré, na ordem televisiva funcionam como uma espécie de vitrina, por meio da qual se exerce o poder panótico disciplinador, "[...] assim como a vitrina, que faz ver sem, entretanto, deixar perceber o código de seu processo de atração, o panótico permite a visão por um centro invisível" (Sodré, 1987, p.26). Pressupondo-se uma inversão no mecanismo clássico do *panopticon*, podemos afirmar que o objeto observado, no caso a telenovela, controla o comportamento do público-observador – por meio da transmissão de padrões de comportamento e de beleza. Por esses modelos, o mercado impõe ao público novos hábitos e novos comportamentos de consumo que se transformarão em imperativo social, como nos lembrou Prost (1992). Assim, para constituir sua identidade, o sujeito pós-moderno, de identidade multifacetada e fragmentada, cujo consumo é elemento constitutivo, apropria-se dos comportamentos e hábitos dos modelos de representação presentes nas telenovelas. Tal fato pôde ser percebido mais nitidamente nas observações e entrevistas realizadas nos salões pesquisados.

Passaremos agora a analisar mais profundamente a telenovela em si e as entrevistas realizadas na pesquisa de campo. A novela tem como ponto central uma fábrica de *lingeries*, chamada Belíssima. Os principais personagens circulam ao redor dessa fábrica: a protagonista e presidente Júlia Assumpção, seu marido André Santana (que posteriormente será o vilão da novela), sua cunhada Vitória e sua opositora e avó Bia Falcão.

Logo de início, na abertura da novela temos uma espécie de "demonstração" de como funciona o efeito-vitrina de que fala Muniz Sodré. Trata-se de uma mulher se despindo em uma vitrine, chegando a ficar apenas de *lingerie*, sugerindo até mesmo o nome e o eixo da

novela (a fábrica de *lingeries* Belíssima), e pessoas andando pela rua com sacolas de compras nas mãos e parando para admirar a beleza da modelo. Isso tudo ao som envolvente da música *Você é linda* de Caetano Veloso. Por meio da sedução, essa abertura parece nos controlar-estimular o tempo todo. Há a evocação à beleza, por meio do corpo da mulher exposto; ao consumo, por meio da imagem das pessoas consumindo; e ao erotismo, por meio do ato do despir-se.

Como se segue à estrutura de uma novela, além dos personagens principais, há sempre o núcleo cômico, que, nesse caso, é formado pela família de Murat Güney. E há sempre casais que despertam as preferências do público, como Alberto e Rebeca, pelas peripécias de uma relação, e Safira e Pascoal, pelas cenas mais erotizadas, dentre outros. A trama envolve vários mistérios acerca de várias mortes que aconteceram, assim como sobre o mentor do golpe que André tramou contra Júlia, tendo despertado a atenção do público durante todo o período de transmissão, como se pode notar nos dados do Ibope.

Com a finalidade de verificar os mecanismos de identificação-projeção trabalhados por Morin, uma das perguntas feitas aos entrevistados era se havia algum personagem favorito e uma identificação com este. Partimos do pressuposto de que o contato diário com a telenovela faz com que os telespectadores procurem alguma forma de identificação carismática ou identificação de repulsa, já que a novela, como colocamos acima, constitui parte importante do cotidiano dos brasileiros.

Dentre as pessoas que assistiam à novela, a maioria disse não se identificar com nenhum personagem, embora houvesse algum favorito, que geralmente eram as personagens protagonistas da novela. Em outros casos, destacavam-se personagens que estavam envolvidas em cenas de sexo e de nudez, com destaque aos personagens Pascoal, interpretado por Reynaldo Gianechini, Safira, interpretada por Cláudia Raia e Narciso, interpretado por Vladimir Brichta.

Um dos objetivos específicos dessa pesquisa era verificar se o público se orienta de acordo com os personagens no que diz respeito à aparência pessoal. Para tanto, uma das perguntas feitas aos entrevistados era se eles seguiam tendências de moda indicadas pela no-

vela. Nesse caso, a moda é tida como o uso de roupas, acessórios, corte de cabelo e produtos de beleza em geral. Assim como na pergunta sobre o personagem favorito, nessa pergunta observa-se que há um destaque para os personagens protagonistas e para os que estão envolvidos em cenas de sexo e de nudez. Como por exemplo no trecho abaixo:

> P – Qual o personagem favorito na novela?
> R – A Safira. Aquele jeito extrovertido dela, eu gosto. Ela é divertida.
> P – A senhora segue alguma tendência de moda indicada pela novela?
> R – Eu gosto daquelas roupas da Safira, eu acho legal![2]

No entanto, tal entrevistada não se apresentava como a personagem Safira, apesar de admirá-la tanto na aparência quanto no comportamento. Safira era uma mulher que já tinha sido casada várias vezes, tinha três filhos e mantinha um romance secreto com Pascoal, seu vizinho mecânico. Usava roupas justas e decotadas na maioria das vezes, sempre com o corpo à mostra e com joias que se encontravam com muita frequência em lojas de bijuterias. Seu jeito de mãe protetora, de mulher fogosa, extrovertida, além de ser reconhecida pela maioria das pessoas como uma mulher muito bonita, contém em si elementos que cativam mulheres donas de casa, como dona Ester,[3] entrevistada acima; porque se mostra como uma mulher moderna (que já foi casada várias vezes, mas sempre está aberta a novas relações) tem de ser, com os filhos (protetora), como ela tem de ser com relação aos homens (fogosa) e como tem de ser perante a sociedade como um todo (extrovertida e com boa aparência). Pode-se dizer que, nesse caso, a referida entrevistada, casada, mãe de duas filhas, identifica-se com a situação de mãe e dona de casa que Safira representa, mas projeta em Safira o que ela gostaria de ser no que diz respeito a sua aparência.

2 Ester, 42 anos, dona de casa, cliente do Salão Cabelos Etc.

3 Os entrevistados receberam nomes fictícios, com vistas a preservar seu anonimato.

Pode-se constatar que a preferência do entrevistado está relacionada com a tendência de moda que ele admira ou que ele segue. Em outras palavras, o público tem afinidade maior com os personagens que em sua concepção têm boa aparência, e procura se orientar de acordo com estes.

Durante toda a novela, revistas especializadas em novela ou revistas especializadas em beleza, assim como a própria página na internet da Globo, com sua revista virtual, divulgavam os penteados das personagens e seus cuidados com a beleza. A partir disso, pôde-se verificar que houve uma grande procura para se seguir essas tendências, principalmente em salões de beleza. Houve uma grande procura, especificamente pelo corte de cabelo igual ao da personagem Vitória, interpretada por Cláudia Abreu, causando até mesmo uma irritação entre os cabeleireiros. Fato este percebido nas notas de campo: "As cabeleireiras não aguentam mais cortar o cabelo das clientes igual o das personagens. As pessoas deveriam se desconfiar".[4] O mesmo fato foi destacado em matéria publicada no jornal *Folha de S. Paulo*, que entrevistou Wanderley Nunes, autor dos cortes mais pedidos: "Quando uma cliente pede, não faço igual ao da Vitória. Uso o estilo, mas mudo um pouco o corte, porque a pessoa não pode ser o final da fila".[5] Percebe-se que o cabeleireiro quer dar aspecto de originalidade em cada corte, embora a influência do corte da Vitória seja muito evidente. Há nesse caso, uma tentativa de criar um corte que tem a ver com a individualidade de cada pessoa, que defina sua identidade própria, no entanto, por meio da influência do corte da personagem Vitória. Nota-se que a constituição da aparência passa por um processo que envolve táticas de bricolagem – nos termos de Michel de Certeau – no sentido de se apropriar do corte de uma forma diferente da que é apresentado.

Assim, as tendências de moda indicadas pela novela se tornam um referencial para o público formar sua identidade. A moda investe-se de um caráter simbólico e, embora esteja sujeita às regras do

4 Rosilaine, secretária do salão Cabelos Etc.

5 Cabeleireiro diz não repetir corte. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 7 de maio de 2006. Ilustrada, p.E3.

mercado, revela-se importante na distinção social. Como salienta Mike Featherstone (1995, p.39), "os estilos e marcas diferentes de roupas e produtos da moda, conquanto estejam sujeitos a mudança, imitação e cópia, constituem um conjunto de pistas usado no ato de classificar os outros".

As melhores condições de consumo redirecionam o conhecimento cultural, sobretudo o conhecimento sobre moda, para uma nova classe. O que antes era exclusivo das classes altas, passa a ser da mídia, da televisão e da publicidade. Bourdieu denomina essa classe de "novos intermediários culturais", cujas atividades profissionais envolvem a comercialização de bens simbólicos e o estabelecimento de novos padrões estéticos. As telenovelas no Brasil destacam-se por trazerem esses modelos de construção estética individual; é por meio de seus modelos que haverá a legitimação do consumo. Segundo Lipovetsky (1999, p.162), "a moda consumada assinala a generalização do sistema das pequenas diferenças supermultiplicadas". Nesse sentido, ela pode ser compreendida como um fenômeno social, que, legitimado por meio de roupas, acessórios, corte de cabelo e produtos de beleza em geral, tem por finalidade demarcar diferenças e estabelecer identidades sociais.

E a influência dos modelos de representação da telenovela não se dá somente no âmbito da aparência como também do comportamento. Durante a pesquisa de campo, a maioria das pessoas apontava para o fato de que a novela orienta muito as pessoas, principalmente no que diz respeito aos "maus comportamentos", associando sempre a ideia de mau comportamento à figura do vilão da novela. E os bons comportamentos eram relacionados sempre com os protagonistas, ou seja, aos personagens que obtinham a preferência do público, como segue o trecho abaixo, de uma entrevista:

> P – Você tem algum personagem favorito, com o qual você se identifica?
>
> R – Sim. A Júlia. Guerreira, trabalhadora.[6]

---

6 Elisângela, 44 anos, cabeleireira do salão Cabelos Etc.

Dessa forma, fica nítida a influência da novela no comportamento das pessoas, principalmente no que diz respeito à construção de gênero. Nesse caso, há na personagem Júlia a figura da mulher moderna, envolvida com o trabalho, diferentemente do tipo tradicional de mulher, presa ao ambiente doméstico apenas; por isso ela se destaca e promove a identificação – projeção nas espectadoras, no que tange a estilo de vida. Como comprova Heloísa Buarque de Almeida (2003, p.191),

> os padrões de comportamento, ou as atitudes consideradas legítimas para homens e mulheres, constituem-se nestas construções de gênero. As novelas, especialmente em seus aspectos mais repetitivos, por características e elementos presentes em muitas histórias, legitima algumas construções de feminino e masculino, como a figura da mulher batalhadora.

Quando se fala em gênero, é importante colocar que se trata basicamente de representações; tais representações se efetuam em várias instituições, como Estado, Igreja, escolas, no meio acadêmico, e sobretudo nas telenovelas. Atualmente, vemos a influência exercida nas pessoas a partir das representações de gênero apresentadas em telenovelas, principalmente no que tange ao culto ao corpo. No caso da novela *Belíssima*, é interessante notar como os gêneros masculino e feminino são representados, evocando sempre os cuidados com a aparência. Buscando refletir sobre como essas representações constroem noções de gênero na sociedade, procuramos suscitar tais temas nas entrevistas.

Começando com um tema muito em voga atualmente, podemos tratar da masculinidade representada pela novela *Belíssima*. Como já salientado no projeto encaminhado, as telenovelas tradicionalmente se apoiam na exposição do corpo feminino como estratégia de assegurar a audiência, contudo, é possível percebermos uma recente tendência a expor o corpo masculino com vistas a atingir os mesmos objetivos. Corroborando a afirmação de Castro (2003, p.100) de que "a publicidade vem, há algum tempo, moldando uma imagem de ho-

mem preocupado com a aparência", é possível apreender que assim como a telenovela lança a moda feminina, ela lança moda masculina e impõe padrões estéticos que vão legitimar toda preocupação com a beleza. Nesse sentido, é curioso perceber como a novela em questão trouxe a temática relativa aos cuidados masculinos com a beleza. Um personagem em especial merece uma atenção maior. Trata-se do personagem Narciso, interpretado por Vladimir Brichta. Narciso é um homem vaidoso, tido como homem moderno que se preocupa muito com a beleza; faz alguns trabalhos como modelo e em um deles deveria fazer propaganda de cosméticos (na qual aparecia seminu) e uma propaganda de maquiagem masculina. No entanto, apesar de ser um homem moderno, ele acredita que essas propagandas podem prejudicar sua masculinidade. Com o objetivo de captar a opinião do entrevistado sobre como a masculinidade é concebida por Narciso e também sobre os cuidados de beleza que o homem deve (ou não) ter, uma das perguntas era se o entrevistado (independentemente de ser homem ou mulher) concordava com Narciso, na medida em que ele concebia as propagandas como algo prejudicial a sua masculinidade.

De modo geral, as entrevistas mostraram que essas propagandas, assim como os cuidados de beleza não prejudicam a masculinidade do homem. Isso pode ser verificado tanto nas entrevistas com mulheres quanto nas entrevistas com homens. A diferença que pode ser apontada é no que diz respeito à vaidade. Enquanto algumas pessoas concebem-na como um fato positivo, como nos trechos abaixo:

> Se for homem suficiente para se bancar e para ser consciente de que isso não vai ferir a masculinidade, não vai deixar ele menos homem, eu acho perfeito![7]
>
> Acho que não vai complicar nada nesse sentido. Masculinidade não é isso. Não é porque tá usando um pó de arroz que vão se tornar gay![8]

---

7 Laura, 25 anos, estudante universitária, cliente do salão Cabelos Etc.

8 Malu, 23 anos, estudante universitária, cliente do salão New Look.

Nesses dois trechos, há a concordância com o que Narciso representa, com o que é tido como homem moderno. Está embutida a ideia de que masculinidade é algo que transcende aos cuidados com a beleza, que tem a ver mais com comportamento do que com aparência. Entretanto, Narciso, representação do que se denomina hoje como metrossexual, pode ser considerado um homem moderno quando se trata de cuidados com a beleza, mas no que tange a comportamento continua reproduzindo aspectos da dominação masculina que adquirimos em nossa cultura, uma vez que apresenta a todo o momento o medo de ser tido como homossexual, de ter sua virilidade ameaçada diante da sociedade e, principalmente, diante de outros homens. Como observa Bourdieu (1999, p.67): "a virilidade, como se vê, é uma noção eminentemente relacional, construída diante dos outros homens, para os outros homens e contra a feminilidade, por uma espécie de *medo* do feminino, e construída, primeiramente, dentro de si mesmo".

A partir disso, pode-se verificar que a exploração do corpo masculino em telenovelas relaciona-se com a crescente preocupação com a aparência por parte do homem contemporâneo e, sobretudo, com o interesse que a publicidade tem em lançar novos hábitos de consumo de produtos de beleza e de moda masculinos. Assim, a telenovela, ao mesmo tempo em que apresenta a figura de homem moderno, no que diz respeito aos hábitos de consumo, mantém a dominação masculina – de que fala Bourdieu – inalterada, por meio de seu discurso. Essa é uma estratégia muito válida do ponto de vista da publicidade, uma vez que, por meio da telenovela, ela cria simbolicamente noções como masculino e feminino que lhes são oportunas, e em última instância converte tais noções em estilos de vida, sem desestruturar as posições sociais que ocupam homem e mulher.

No que diz respeito aos cuidados de beleza do homem, há uma correspondência entre as entrevistas e o que é representado por Narciso. Ou seja, o ideal típico de homem moderno, vaidoso, é seguido e aceitável de maneira geral. Mas, ao contrário do personagem, não há a predominância da ideia de que tais cuidados com a beleza,

ou pelo menos, tais cuidados explícitos pela propaganda possam prejudicar a masculinidade.

Além de extrair do contexto da novela o tema da masculinidade, foi possível abordar o tema da feminilidade por meio de uma outra personagem. Trata-se da personagem Maria João, interpretada por Bianca Comparato. É uma menina que, no início da novela, era tida como despreocupada com a beleza e por este motivo era alvo de vários preconceitos, alguns personagens chegavam a acreditar que ela era homossexual. Da mesma forma que por meio das entrevistas buscou-se abordar a masculinidade, a feminilidade também foi abordada referindo-se a essa personagem. A pergunta tratava de captar a ligação entre cuidados com a beleza e feminilidade. De modo geral, as entrevistas apontaram para o fato da mulher ter de se preocupar com a beleza, mas não que isso estabelece uma ligação restrita com a feminilidade.

> P – Há uma personagem chamada Maria João. Trata-se de uma menina, que no começo da novela era tida como despreocupada com a beleza. Você acha que no caso da mulher, deve haver cuidados com a beleza, senão sua feminilidade pode estar prejudicada?
>
> R – Acho que não. Não costumo usar muito as coisas, e não deixo de ser feminina por isso. Mulher tem que usar o que ela acha que fica bom, o que ela acha que gosta, que faz bem. Mas não seguir aquela ditadura: "Ai, eu tenho que sair maquiada"; sem fazer isso ou fazer aquilo. Isso eu acho ruim, mas se ela gosta de fazer, se ela acha importante, eu acho legal![9]
>
> R – A mulher é regra, né. Tem que cuidar da beleza. Mais que o homem eu acho.[10]

9 Laura, 25 anos, estudante universitária, cliente do salão Cabelos Etc.
10 Sidney, 37 anos, cabeleireiro do salão New Look.

É interessante notar como para a primeira entrevistada – uma mulher –, o que é representado pela personagem Maria João faz sentido, que feminilidade, assim como o que captamos sobre masculinidade, é algo que tem mais a ver com comportamento do que com cuidados com a beleza. No entanto, para o segundo entrevistado, os cuidados com a beleza feminina fazem parte do que distingue a mulher do homem, são tidos como regra. Nesse caso, a noção tradicional de que a mulher tem de estar sempre apresentável para o homem, para o exercício do olhar, é muito nítida e define sua aceitação no meio em que vive, como podemos notar também pelo trecho transcrito abaixo:

> P – A beleza torna a mulher mais aceitável no meio social em que ela vive?
>
> R – Eu acho que ajuda em algumas coisas, as pessoas vivem muito de aparência.[11]

Percebe-se que o processo de construção de gêneros atualmente é muito complexo. Feminilidade e masculinidade, quando tratados nas telenovelas, se mesclam o tempo todo; quando um homem tem cuidados com a aparência constantemente ele é tido como um homem delicado, feminino, mas ao mesmo tempo moderno. E o mesmo se aplica quando se fala de feminilidade; quando uma mulher não se caracteriza como exclusivamente preocupada com sua apresentação, com seu corpo, exposto ao exercício do olhar de homens e também de mulheres, quando ela se dispõe a conquistar espaços públicos que antes eram exclusivamente masculinos, ela é tida como guerreira, lutadora, e em última instância assume o papel de protagonista, de heroína, que na estrutura folhetinesca estavam associadas ao universo masculino.

Nesse sentido, podemos concluir que a telenovela orienta não só o comportamento das pessoas no que diz respeito à aparência, como

---

11 Laura, 25 anos, estudante universitária, cliente do salão Cabelos Etc.

também no que diz respeito ao comportamento, principalmente comportamento que define gênero masculino e feminino. Elas atuam como espécie de vitrine para o público, dando-lhes modelos de homens e de mulheres, por exemplo, homem moderno, vaidoso, como Narciso; mulher batalhadora, guerreira, como Júlia. Na sociedade contemporânea, como já colocado por vários autores, a formação da identidade social passa fortemente pelo consumo; assim, a telenovela oferece modelos que transmitem a noção de contemporaneidade de comportamento e que vão influenciar o público.

Não se trata, portanto, de captar somente quantas pessoas se orientam pela aparência dos personagens. Uma vez que como coloca Michel de Certeau, há várias maneiras astuciosas de se apropriar daquilo que se consome, ou seja, há várias maneiras de se apropriar dos diversos estilos estéticos dos personagens, maneiras que escapam da medida quantitativa. Trata-se também de captar o que realmente é transmitido nessas mensagens e como é transmitido, e o que o receptor faz com elas para formar sua identidade, envolvendo não só aspectos que dizem respeito à aparência, como também aspectos que dizem respeito aos comportamentos.

Sexualidade na telenovela e sua influência na vida privada das pessoas

Um dos problemas de pesquisa levantados no projeto referia-se às cenas de sexo e de nudez. As telenovelas brasileiras destacam-se no que diz respeito à exposição do corpo e do erotismo. A primeira telenovela brasileira: *Sua vida me pertence* (1951) chamou muito atenção do público graças a um beijo ardente. Até a década de 1970, o erotismo nas telenovelas era contido, respeitando-se o ideal do casamento estável. O homem era representado sempre como o responsável pelo sustento da família, e a mulher, responsável pelos cuidados domésticos e dos filhos.

Nos anos 70, os tipos ideais de mulher, as relações amorosas e a estrutura familiar modificaram-se. As cenas de beijo logo evoluí-

ram para cenas que representavam o orgasmo. Em 1975, *Gabriela* aparece nua no horário das dez e nesse mesmo horário o orgasmo será representado pela primeira vez no seriado *Malu Mulher*. A nudez seria retomada pelas telenovelas da Rede Manchete em finais da década de 1980 e início da década de 1990 em telenovelas como *Dona Beija* (1986) e *Pantanal* (1990).

Conforme o projeto encaminhado, trabalhamos a hipótese de o fascínio provocado com a exposição do corpo e do erotismo estar relacionado ao fato de a telenovela, por abordar temas privados, ligados à família e à intimidade, em âmbito público, poder orientar o comportamento das pessoas, especificamente no que diz respeito aos cuidados com o corpo e com sua apresentação.

Os modelos estabelecidos transmitem a noção de contemporaneidade de comportamento, e vão agir na sociedade sobre a intimidade familiar e individual. A exposição do corpo e do erotismo ganhou espaço nas telenovelas em uma época em que as preocupações com o corpo e a moda se tornaram imperativo social. Tratava-se de uma época em que a telenovela assumia um papel mediador nas relações sociais e afetivas, e isso "[...] tem a ver com uma negociação imaginária indireta e cheia de mediações que envolve autores, produtores, pesquisadores de mercado, instituições como a censura, a Igreja e o público." (Hamburger, 1998, p.475)

Almeida trabalha a ideia de que a telenovela, ao apresentar tais modelos e por tratar de relações afetivas, provoca uma reflexão do receptor sobre suas relações íntimas e familiares, e um processo que, em última instância, produz uma educação sentimental. Tal processo consiste em familiarizar o receptor com uma gama de valores que carregam em si referências do contexto cultural em que se vive. E, por isso, a telenovela é considerada como uma história verdadeira e realista; por infantilizar a vida social e reduzi-la a relações de alcova, como constata Costa, ela trata não apenas de situações, mas de sentimentos, de comportamentos. O processo reflexivo se fundamenta a partir daí, o espectador entra em contato com valores e situações que imitam a vida real, e por isso se familiariza com eles.

> Assim, a novela expõe os espectadores a mundos e situações por vezes muito distintas daquilo que eles vivem, como eles próprios reconhecem, mas ao fazer isso os familiariza com esses mundos que parecem ser de início tão distantes dos seus. (Almeida, 2002, p.209)

Nesse sentido, a telenovela permite ao espectador aproximar-se ou afastar-se de alguns personagens, uma vez que os diversos personagens são fonte de informação sobre práticas culturais e representações (sobretudo de gênero) que circulam na sociedade. Assim, por meio de seus personagens a narrativa novelesca promove um processo de identificação com valores e práticas culturais que são tidos como contemporâneos, como por exemplo, tipos de mães, de mulheres modernas, de pai, filhos etc. que orientam o espectador no processo reflexivo do eu, em sua intimidade, em suas relações afetivas, em sua maneira de pensar, de lidar com diversas situações da vida, sobretudo, em suas emoções.

A autora apoia-se no pensamento de Giddens para analisar a influência da telenovela na vida privada do espectador. Para ele, o processo reflexivo do eu, como um processo da sociedade moderna, tem por finalidade constituir novas identidades sociais autônomas que colocam em xeque os padrões tradicionais. Para tanto, a telenovela, como produto de um meio de comunicação de massa – a televisão –, é capaz de promover tal processo, já que apresenta modelos de representação que carregam em si noções de contemporaneidade, que rompem com a tradição. Nas palavras de Giddens (1993, p.206), "o processo reflexivo do eu deve ser desenvolvido de maneira a permitir autonomia em relação ao passado, este por sua vez facilitando uma colonização do futuro".

Essa autonomia do indivíduo é muito presente na telenovela. De maneira geral, os personagens sempre podem escolher seu destino. Essa concepção do individualismo moderno muitas vezes é incorporada pelo público, mas como constata Almeida, por meio de um diálogo com o contexto de cada espectador. Como por exemplo, podemos citar novamente dona Ester, casada, mãe de duas filhas, que se identifica com a situação de mãe e dona de casa que Safira representa.

Esse processo reflexivo do eu passa fortemente pelo terreno da sexualidade. Apesar de vivermos em uma sociedade moderna, a sexualidade ainda é um objeto de preocupação moral. Foucault (1998, p.14) questiona: "de que maneira, por que e sob que forma a atividade sexual foi constituída como campo moral?". A primeira resposta que se pode pensar é que tal preocupação, no pensamento de Foucault, é resultado de um processo de vigilância como meio de gerar poder, que está presente nas instituições sociais – Igreja, Estado, escolas; um poder que atua sobretudo nos corpos. A consciência do próprio corpo só pôde ser adquirida a partir do investimento do poder no corpo.

> Mas, a partir do momento em que o poder produziu este efeito como consequência direta de suas conquistas, emerge inevitavelmente a reivindicação de seu próprio corpo contra o poder, a saúde contra a economia, o prazer contra as normas morais da sexualidade, do casamento, do pudor. (Foucault, 2000, p.146)

Dessa forma, o desdobramento da sexualidade como poder, ao mesmo tempo em que tornou o sexo um mistério, o transformou em algo desejável, um objeto de preocupação moral, mas também um objeto em que se embute muita curiosidade e observação. Nesse sentido, o pensamento de Foucault, nas palavras de Giddens (1993, p.190), "sugere que o nosso fascínio pelo sexo deriva da simples expansão da sexualidade como um fenômeno discursivo que penetra em áreas onde, anteriormente, ela estava ausente.".

Uma dessas áreas consiste nas telenovelas atuais, em que se percebe que há um forte apelo à erotização, com cenas de sexo e de nudez frequentes. Muitas vezes, esse tipo de cena é associado ao aumento do índice de audiência; a partir do que discutimos acima à luz do pensamento de Foucault, constata-se que o interesse das pessoas ao assistirem tais cenas pode estar relacionado ao investimento do poder no campo da sexualidade, liberando-a para o campo da curiosidade e da observação. Mas coloca-se uma questão: será que quando as pessoas entram em contato com essas cenas, elas

liberam no seu imaginário a curiosidade sobre o sexo? Em outras palavras, será que os personagens das telenovelas, quando envolvidos neste tipo de cena, não realizam o que o espectador gostaria de realizar no campo da sexualidade? Talvez seja por isso que há uma liberalização das cenas nas telenovelas, exatamente para liberar os desejos sexuais das pessoas e também para orientá-las em sua vida íntima, por isso muitas vezes ela é tida como auxiliadora na abertura de debates relacionados à sexualidade e aos costumes, principalmente quando trata de temas como a homossexualidade, muito tratados atualmente.

A fim de captar a opinião do público sobre esse assunto, uma das perguntas feitas aos entrevistados era: a novela trata de uma fábrica de *lingerie*, por isso há algumas cenas de sexo e de nudez. O que você acha deste tipo de cena?

Como comprovação dessa penetração, podemos destacar o fato de a maioria dos entrevistados considerar as cenas como algo normal para os dias de hoje. Ou seja, a telenovela não estaria "ofendendo a moral" por que para os dias de hoje há uma liberalização maior com relação à sexualidade.

> Hoje em dia é normal. O povo já tá bem com a cabeça aberta pra essas coisas.[12]

> Eu acho que é normal, porque se não tem na televisão, você encontra na rua, essas coisas também. Pessoas falando disso o tempo todo.[13]

Nota-se a capacidade que a telenovela tem de auxiliar as pessoas em sua vida privada. Até mesmo sobre temas complexos, como no caso do entrevistado abaixo, que defende a abordagem de temas ligados à sexualidade como medida de orientação.

---

12 Elisângela, 44 anos, cabeleireira do salão Cabelos Etc.

13 Denise, 28 anos, enfermeira, cliente do salão New Look.

> As meninas de 10 anos já estão sabendo disso hoje. Deveria ajudar a prevenir. Se tivesse uma cena falando que deveria tomar um remédio, usar uma camisinha, eu acho que seria melhor.[14]

Fica claro, portanto, o papel que a telenovela desempenha na educação sentimental das pessoas. Quando ela apresenta o individualismo e a autonomia dos personagens frente a seu destino, ela induz o espectador a acreditar que, assim como o personagem, é responsável por seu destino e que, portanto, deve saber o que fazer nas situações reais de sua vida, principalmente em suas relações afetivas, ela lhe dá noções de como o espectador deve agir, por exemplo, diante de uma traição, diante de uma gravidez ou de um caso de homossexualidade na família. Nesse aspecto, ela "educa" por meio do exemplo.

As pessoas discutem os personagens, suas relações, seu caráter. Nesse sentido, quando não há uma relação carismática entre o personagem e o espectador, há também uma recusa em aceitar cenas de sexo e de nudez que envolvam os respectivos personagens, há uma espécie de recusa moral, e também de desinteresse pelas cenas, como nos trechos abaixo:

> Eu acho que banaliza o ato. Acho que as pessoas veem como normal, não só como normal, mas como uma coisa que acontece sempre, que não se tem nenhum pudor em fazer, qualquer hora, onde for, com qualquer pessoa. Banaliza o ato do amor.[15]

> Olha, é muito feio! É bonito quando é insinuação, quando é muito, é feio. Quando tá mostrando pouco, tudo bem, se mostra tudo fica chato, fica sem graça.[16]

Essa recusa pelas cenas, esse desinteresse, geralmente acontece com relação aos personagens que se envolvem em relações que amea-

---

14 Túlio, 18 anos, estudante, cliente do salão Cabelos Etc.

15 Malu, 23 anos, estudante universitária, cliente do salão New Look.

16 Zoraide, 54 anos, dona de casa, cliente do salão New Look.

çam a ordem familiar, quando há, por exemplo, caso de traição. Na *Belíssima*, essa recusa se dava principalmente contra personagens como Rebeca que mantinha uma relação com Alberto, que era um homem casado. Em uma de suas falas, a personagem diz para Alberto: "eu jamais serei um empecilho pra você cumprir suas obrigações conjugais". Há nesse caso, a presença de um argumento a favor da traição, que não impede uma relação familiar e ao mesmo tempo oferece uma relação mais prazerosa, que só envolve relação sexual, associando esposa à família e os prazeres da vida à amante. E Alberto, com toda sua autonomia de indivíduo moderno, escolhe as duas relações. Rebeca, por mais que seja a representação de mulher autônoma, independente, que define seu destino, é recusada entre os entrevistados, por "destruir" uma família.

> Eu acho ela muito bonita, mas o que ela está fazendo é muito errado, se envolver com homem casado e destruir uma família tão bonita.[17]

Isto posto, pode-se colocar uma questão: será que as pessoas veem com naturalidade tais cenas, porque a própria telenovela as teria "educado" para isso? Para Foucault, a abertura de debates acerca da sexualidade na época atual é um fenômeno do próprio poder. Sobretudo, o poder que se exerce sobre os corpos. Por meio dessa abertura, portanto, pode-se dizer que a telenovela educa sentimentalmente, mas também exerce um poder sobre os corpos e sua apresentação, pelo poder panótico, como já foi discutido anteriormente.

Sendo assim, para orientar o espectador no que diz respeito aos cuidados com o corpo, pode-se observar que a finalidade maior em sua exposição é publicitária, e uma publicidade de espetáculo. Edgar Morin (1992, p.125) constata que

> é no fluxo da cultura de massa que se desfecha o erotismo: não só os filmes, os *comics*, as revistas, os espetáculos estão cada vez mais api-

---

17 Zoraide, 54 anos, dona de casa, cliente do salão New Look.

mentados com imagens eróticas, mas quotidianamente pernas levantadas, peitos estufados, cabeleiras escorridas, lábios entreabertos, nos convidam a consumir cigarros, dentifrícios, sabões, bebidas gasosas, toda uma gama de mercadorias cuja finalidade não é, propriamente falando, erótica.

Nesse sentido, a inclusão de cenas que exploram o corpo em telenovelas é muito frequente, e tem se revelado como uma estratégia não só de educação sentimental, e do processo reflexivo do eu, de que nos fala Giddens, como também uma estratégia de promover hábitos de consumo e de cuidados com o corpo. Tais hábitos e tal reflexão estabelecem um estilo de vida da sociedade moderna, com indivíduos preocupados com sua autonomia, principalmente sua autonomia sexual. No entanto, esse estilo de vida, como percebido pelas opiniões dos entrevistados que colocam um problema moral com relação a esse tipo de exposição nas telenovelas, ao invés do que se imagina, não traz totalmente emancipação sexual e a amenização dos conflitos entre os gêneros, traz à tona, segundo Giddens (Giddens, 1993, p.215), "[...] aquelas questões morais e existenciais afastadas da vida cotidiana pelo sequestro da experiência".

Concluindo, a telenovela, entendida como um sistema simbólico, carrega conteúdos culturais variados e procura atender às expectativas morais e sentimentais de todos os grupos sociais, atravessando faixas etárias, gêneros e classes sociais diversas. Como coloca Almeida (2003, p.258), "são esses *valores* mais *modernos*, apreciados e revistos nessa atitude reflexiva, que são explorados pela publicidade como se fossem senso comum". Neste sentido, a interação entre espectador e personagem é recorrente, na medida em que propicia a aproximação entre espectador e os valores supostamente modernos.

Referências bibliográficas

ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, G. (Org.). *Theodor W. Adorno*. São Paulo: Ática,1986. p.92-9 (Col. Grandes Cientistas Sociais).

ALMEIDA, H. B. de. *Telenovela, consumo e gênero*. São Paulo: Edusc, 2003.

BAUDRILLARD, J. *Sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70.

BORELLI, S. H. S. (Org.) *A deusa ferida*. São Paulo: Summus Editorial.2000.

BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. (Org.). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática,1983. p.82-121 (Col. Grandes Cientistas Sociais).

CABELEIREIRO diz não repetir corte. *Folha de S. Paulo,* São Paulo, 7 mai. 2006. Ilustrada, p.E3.

CAMPEDELLI, S.Y. *A telenovela*. 2.ed. São Paulo: Ática, 1987. (Princípios, 19).

CASTRO, A. L. Revistas femininas: matrizes histórico-culturais e estratégias de comunicabilidade. In: BORELLI, S. H. S. (Org.). *Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa.* Coleção GTS/ Intercom. São Paulo: Intercom/ CNPq/Finep,1994. p.55-65.

_______. *Culto ao corpo e sociedade* mídia, estilos de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablume. 2003.

CERTEAU, M. de. *A invenção do cotidiano*: Artes de fazer. v.1, Petrópolis,Vozes: 1994

COSTA,C. *A milésima segunda noite. Da narrativa mítica à telenovela. Análise estética e sociológica.* São Paulo: Annablume, 2000.

DOUGLAS, M., ISHERWOOD, B. *El mundo de los bienes:* hacia una antropología del consumo. México: Editorial Grijalbo, 1990.

FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel,1995.

FISCHLER, C. Obeso benigno, obeso maligno. In: SANT'ANNA, D. B. (Org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação liberdade,1995. p.69-80.

FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

_______. *História da sexualidade*: O uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal, 1998. v. 2.

GIDDENS, A. *A transformação da intimidade*. São Paulo: Ed. Unesp, 1993.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A. 2000.

HAMBURGER, E. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: SCHWARCZ, L. M. (Org.). *História da vida privada no Brasil*: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras.1998. p.439-87

KEHL, M. R. Eu vi um Brasil na TV. In: COSTA, A.; SIMÕES, I.; KEHL, M. R. *Um país no ar*: história da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense,1986.

______. Imaginário e pensamento. In: SOUZA, M. W. Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995. p.169-79.

LEAL, O. F. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes. 1986.

______. Etnografia de audiência: uma discussão metodológica. In: SOUZA, M. W. (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo: Cia. das Letras,1999.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MAZZIOTTI, N. Telenovelas latino-americanas: Deslocamentos na textualidade do gênero. In: BORELLI, S. H. S. (Org.). *Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa*. Coleção GTS/ Intercom. São Paulo: Intercom/ CNPq/Finep,1994. p.11-7.

MIRA, M. C. Entre o circo e a novela: formas e gêneros nos programas não ficcionais da TV. BORELLI, S. H. S. (Org.). *Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa*. Coleção GTS/ Intercom. São Paulo: Intercom/ CNPq/Finep,1994. p.19-30.

MORIN, E. *Cultura de massa no século XX*: o espírito do tempo. São Paulo: Forense.1992.

ORTIZ, R. *A Moderna tradição brasileira:* cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense,1988.

______, BORELLI, S. H. S., RAMOS, J. M. O. *Telenovela:* história e produção. São Paulo: Brasiliense,1991.

PROST, A. Fronteiras e espaços do privado. In: ARIÈS, P., DUBY,G. *História da vida privada*: da primeira guerra aos nossos dias. São Paulo: Cia das Letras,1992. p.13-54

RAMOS, J. M. O. *Cinema, televisão e publicidade*: audiovisual e ficção de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes,1995.

SODRÉ, M. *Televisão e psicanálise*. São Paulo: Editora Ática.1987. (Princípios, 121)

_______. *A máquina de Narciso*: televisão, indivíduo e poder no Brasil. São Paulo: Córtex,1994.

_______. *O monopólio da fala:* função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1992.

SOUZA, M. W. (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense. 1995.

TODOS os dias um público de mais de 40 milhões de pessoas. *Boletim de informação para publicitário,* p.1-4, nov. 2005, n.518.

UMA especialidade feminina. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 29 abr. 2007, Feminino.

Páginas da Internet consultadas

<http://www.natura.net>
<http://www.lojasrenner.com>
<http://www.globo.com/sucom>
<http://www.abevd.org.br>

6
Corpos ciborgues, identidade e cirurgia plástica como consumo cultural

Ana Lúcia de Castro[1]

Como uma espécie de "resposta teórica" ao crescimento do culto ao corpo na cultura contemporânea, vários trabalhos vêm sendo desenvolvidos no Brasil. A contribuição da historiografia para o estudo do tema tem sido grande (Sant'Anna, 1999; Schpun,1995 e Sevchenko,1992). Boa parte das pesquisas realizadas trabalham a posição central que o corpo vem assumindo na vida social contemporânea (expressa na malhação, na busca por cirurgias estéticas e no uso de cosméticos) sob a perspectiva dos estudos de gênero (Piscitelli, Gregori, Carrara, 2004; Antonio, 2008; Toledo, 1994).

Um dos raros estudos sobre o tema em uma perspectiva antropológica foi empreendido por Alexander Edmonds, adotando o pressuposto de que a cirurgia plástica pode ser entendida como uma das *formas de marcação corporal*, podendo ser estudada como uma maneira de simbolizar a ordem social. Na mesma linha, apontam Le Breton (2008) e Giddens (1997), ao indicarem a centralidade da preocupação com o corpo na cultura contemporânea como sinal do

1 Professora do Departamento de Antropologia, Política e Filosofia e do Programa de Pós-graduação em Sociologia da Faculdade de Ciências e Letras, Unesp/Araraquara.

esgarçamento dos vínculos societários tradicionais e da fragmentação identitária que experimenta o indivíduo contemporâneo. Segundo David Le Breton (2008, p.30):

> Além dos imperativos de aparência e juventude que regem nossas sociedades, muitas vezes os que usam a cirurgia estética são indivíduos em crise (por divórcio, desemprego, envelhecimento, morte de um próximo, ruptura com a família), que encontram neste recurso a possibilidade de romper de uma vez com a orientação de sua existência, modificando os traços de seu rosto ou o aspecto de seu corpo...ao mudar o corpo, o indivíduo pretende mudar sua vida, modificar seu sentimento de identidade... a cirurgia estética... opera na relação do indivíduo com o mundo.

O trabalho de Alexander Edmonds aponta, ainda, para um dado importante a ser considerado no estudo da cirurgia plástica no Brasil: sua recente popularização que coloca, segundo o antropólogo, a possibilidade de a cirurgia plástica e práticas de beleza serem consideradas um meio de mobilidade social, algo como uma "forma de esperança popular" no Brasil.

Motivadas pela busca de mobilidade social ou não, as mulheres se submetem bem mais a este tipo de intervenção do que os homens. Embora este projeto não se insira na perspectiva dos estudos de gênero, a discussão acerca da desigualdade dos papéis estéticos entre homens e mulheres se impõe. Como aponta Ilana Lowi (2003), as sociedades ocidentais adotam uma atitude totalmente diferente em relação à beleza masculina e feminina, impondo às mulheres uma maior preocupação com a aparência física; o destino das mulheres, segundo a autora, estaria mais ligado a sua aparência física, comparativamente ao destino dos homens e, sendo a cirurgia estética uma das formas mais evidentes de se mudar a aparência física, as mulheres se submeteriam mais a este tipo de procedimento.

Vários estudos vêm sendo desenvolvidos no sentido de questionar a essencialização do corpo como *naturalmente feminino ou masculino,* em uma perspectiva que trabalha a identidade de gênero como

fixa.[2] Nesta esteira, propomos pensar a cirurgia plástica como a busca da transmutação, de um devir, como um refazer a corporeidade, na busca de um *corpo cyborg,* no sentido em que Donna Haraway trabalha. Nas palavras da autora (Haraway, 1994, p.283): "a imagística dos *cyborgs* pode sugerir uma maneira de sair do labirinto dos dualismos com os quais explicamos a nós mesmos, nossos corpos, nossos instrumentos".

Além dos aspectos relacionados ao gênero, a discussão proposta neste projeto deverá contemplar a variável geração, uma vez que, como demonstra Andrea T. Antonio (2008), uma das principais motivações para a realização da cirurgia plástica consiste no combate ao envelhecimento, em uma tentativa de apagamento dos sinais da idade. Como aponta Gitta G. Debert (2000), na cultura contemporânea experienciamos um processo de dissolução da ideia de vida adulta, no qual ocorre uma perda de associação entre um grupo etário particular e as ideias de juventude ou velhice, que são, ambas, expressas menos pela idade e mais por um estilo de vida, o qual implica em consumo de determinados bens e serviços, aspiração a alguns valores e atitudes frente à vida.

Considerando que a cirurgia plástica consiste em uma espécie de consumo cultural, expressando uma das formas mais evidentes e radicais de execução de um projeto corporal, o qual, por sua vez, corresponde a um determinado estilo de vida, pretendemos, com este projeto de pesquisa, colaborar para a reflexão sobre o culto ao corpo como uma das dimensões dos estilos de vida na contemporaneidade. O estilo de vida (que é atravessado pelas variáveis gênero, geração e classe social) corresponde ao *modus operandi* do sujeito, englobando vários aspectos interligados que apontam para um *ethos* particular. Segundo Bourdieu (1983, p.83):

> Cada dimensão do estilo de vida simboliza todas as outras, as oposições entre as classes se exprimem tanto no uso da fotografia ou na quan-

---

2 A este respeito, ver Buttler, 2003, bem como os trabalhos desenvolvidos pelos pesquisadores do Núcleo de Estudos de Gênero Pagú/Unicamp.

> tidade e qualidade das bebidas consumidas quanto nas preferências em matéria de pintura ou de música.

Tendo em vista estes aspectos teóricos, buscamos contribuir para a compreensão das relações entre consumo e construção de identidades na cultura contemporânea. Para tanto, tomamos o corpo como o principal território de construção de identidades e focalizamos, especificamente, a busca de tratamentos estéticos e de cirurgias plásticas, dentre a diversidade de serviços e bens de consumo voltados aos cuidados corporais.

O Brasil é, atualmente, o maior mercado deste tipo de cirurgia no mundo, superando os Estados Unidos, que lideravam o *ranking* de cirurgias para fins estéticos. Segundo informações fornecidas pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, em 2000,

> 350.000 pessoas se submeteram a pelo menos um procedimento cirúrgico com finalidade estética. Fazendo as contas, isso significa que, em cada grupo de 100.000 habitantes, 207 pessoas foram operadas em 2000. Os Estados Unidos, tradicionais líderes do ranking, registraram 185 operados por 100.000 habitantes no mesmo ano.[3]

O Quadro 1 indica a evolução do número de cirurgias plásticas realizadas no Brasil, demonstrando que a tendência ao crescimento acentuou-se no decorrer da primeira década deste século.

Quadro 1 – Número de intervenções cirúrgicas para fins estéticos realizadas no Brasil:

Ano	1994	1995	1996	2000	2004	2008
Número	100.000	120.000	150.000	350.000	616.200	620.000

Fonte: Assessoria de Imprensa – Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

Há, atualmente, seis mil cirurgiões plásticos no país, mas apenas 50% têm o título de Especialista, isto é, a habilitação para realizar a

3 Revista *Veja*, 17/01/2001, p.84

cirurgia. Das cirurgias realizadas no Brasil, 80% têm finalidade estética, enquanto apenas 20% são reparadoras, isto é, têm uma relação direta com a saúde.

As mulheres, mais que os homens, sempre procuraram esse tipo de intervenção cirúrgica. Recentemente, a diferença na distribuição do número de cirurgias realizadas por sexo tem diminuído. Se, nos primeiros anos da década de 1990, a proporção era de 85% de mulheres e 15% de homens, atualmente, ela é de 70% de mulheres e 30% homens. Com relação ao tipo de cirurgia mais realizada de acordo com o sexo, nas mulheres predominam as intervenções na mama, abdômen e face, nos homens, na barriga, pálpebra e correção de ginecomastia (retirada de mamas).

Partimos do pressuposto, neste projeto, de que a realização de cirurgia plástica constitui-se em um tipo de consumo cultural, envolvendo, sobretudo, uma dimensão simbólica, impalpável. O que se busca, ao se submeter a este tipo de intervenção cirúrgica, é algo que nada tem de palpável ou concreto: beleza, prestígio, aceitação social, elevação da autoestima.

A partir da constatação de que a expansão da produção capitalista de mercadorias deu origem a uma vasta acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra, que levou à predominância cada vez maior do lazer e das atividades de consumo nas sociedades ocidentais contemporâneas, as análises socioantropológicas sobre consumo desenvolveram-se sob duas perspectivas diferenciadas.

A primeira vertente analítica aponta o consumo como estimulador da manipulação ideológica e controle sedutor da sociedade, dificultando a organização e mobilização social. Vale lembrar que o desvendamento e a crítica da lógica implacável da mercadoria a serviço da dominação e do controle tem o marxismo como matriz de pensamento, que se opõe à perspectiva da economia clássica, na qual o objetivo de toda produção é o consumo, com os indivíduos maximizando suas satisfações a partir da aquisição de um elenco de mercadorias em constante expansão. Partindo dessa ideia, os teóricos da Escola de Frankfurt afirmam que a expansão da produção e

consumo de bens implicará a ampliação das possibilidades de consumo controlado e manipulado.

A indiferenciação entre realidade e ilusão constitui-se em uma importante premissa da análise frankfurtiana. Em um mundo em que a realidade tecnológica envolveu a todos, vida social e alienação, realidade e aparência confundem-se, transformam-se em uma única coisa. Na visão de Theodor Adorno (1986, p.71), um dos – senão o principal, ao menos do ponto de vista oficial – representantes da Escola: "O fictício que hoje deforma todo e qualquer atendimento das necessidades é inconsistentemente percebido sem questionamentos; provavelmente contribui para o atual mal estar na cultura".

Por outro lado, Jean Baudrillard (1985) aborda esta mesma problemática a partir da Semiologia, ajudando a compreender os nexos da questão. Entendendo que o consumo supõe a manipulação ativa de signos e na sociedade capitalista tardia o signo e a mercadoria teriam se juntado para formar a *mercadoria-signo*, afirma que a distinção entre imagem e realidade é gradativamente abolida pela reduplicação infinita de signos, imagens e simulações por meio da mídia. Preocupado em denunciar o consumo como o elemento central e redutor das sociedades capitalistas, Baudrillard (1985, p.141) considera beleza corporal um signo com valor de troca.

> A ética da beleza, que também é a da moda, pode definir-se como a redução de todos os valores concretos e dos 'valores de uso' do corpo (energético, gestual e sexual), ao único 'valor de permuta' funcional que, na sua abstração, resume por si só a ideia de corpo glorioso e realizado.

A evidência do corpo na vida social, por ele denominada de *redescoberta do corpo*, estaria associada às necessidades de consumo:

> Da higiene à maquiagem, passando pelo bronzeamento, pelo desporto e múltiplas 'libertações' da moda, a redescoberta do corpo passa antes de mais nada pelos objetos. Parece que a única pulsão verdadeiramente libertada é a 'pulsão de compra' (ibidem, p.143).

Evidencia-se, então, que esta primeira vertente analítica enfatiza o papel do consumo como reforçador da lógica do sistema capitalista, a qual conduziria à padronização das consciências e comportamentos. Esta visão não deixa de conter uma dimensão verdadeira, porém, um olhar mais aproximado e atento para o interior da diversidade dos grupos sociais urbanos, nos permite perceber que esta corrente teórica ilumina parcialmente a problemática do consumo.

Uma segunda vertente, complementar à primeira referida, entende que a satisfação propiciada pelo consumo deve-se ao fato de os bens proporcionarem prestígio social. As pessoas usariam as mercadorias para criar vínculos ou para estabelecer distinções sociais, demarcando grupos e estilos de vida. Roland Barthes (1980) foi um dos primeiros teóricos a apontar o duplo aspecto no consumo: satisfazer as necessidades materiais e carregar estruturas e símbolos sociais e culturais, aspectos que considera inseparáveis.

Para Bourdieu (2007) – um dos principais representantes desta segunda vertente explicativa sobre o consumo – o gosto *é classificador e classificatório, classificando o classificador*. Os sinais das disposições estéticas e esquemas classificatórios revelam a origem e a trajetória de vida da pessoa e manifestam-se na forma do corpo, altura, peso, postura, andar, conduta, tom de voz, estilo de falar, desembaraço ou desconforto em relação ao próprio corpo.

Embora o fluxo constantemente renovado de mercadorias torne mais complexo o problema da leitura do *status* ou da posição hierárquica do indivíduo, a noção – proposta por Simmel e desenvolvida por Bourdieu – de *estilo de vida* pode ainda ser entendida como importante chave analítica nos estudos sobre consumo cultural e, portanto, nesta nossa reflexão. Para Bourdieu, o *estilo de vida* está estreitamente associado às diferentes posições ocupadas pelos indivíduos na sociedade, como a "retradução simbólica de diferenças objetivamente inscritas nas condições de existência" (Bourdieu, 1983, p.82)

Ou seja, o estilo de vida, no âmbito da cultura de consumo, pode indicar individualidade, autoexpressão e consciência de si estilizada. O corpo, as roupas, o discurso, os entretenimentos de lazer, as pre-

ferências de comida e bebida, a casa, o carro, a opção de férias etc. de uma pessoa são vistos como indicadores da individualidade, do gosto (Featherstone, 1995, p.128).

É consensual, dentre os autores que discutem as sociedades contemporâneas, a ideia de que a esfera do consumo vem, cada vez mais, se sobrepondo à esfera da produção, ou seja, para entendermos melhor o mundo que nos cerca, temos de lançar o olhar para a forma como as mercadorias são consumidas e os sentidos conferidos à vida, via consumo, uma vez que a sociedade, que antes girava em torno da esfera da produção, passa agora a *produzir-se* na esfera do consumo. Como aponta Featherstone (ibidem, p.127):

> Usar a expressão *cultura de consumo* significa enfatizar que o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea. Isso envolve um foco duplo: em primeiro lugar, na dimensão cultural da economia, a simbolização e o uso de bens materiais como "comunicadores", não apenas como utilidades; em segundo lugar, na economia dos bens culturais, os princípios de mercado – oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização – que operam dentro da esfera dos estilos de vida, bens culturais e mercadorias.

A antropóloga Mary Douglas e o economista Baron Isherwood debruçaram-se sobre a questão, lançando luzes para se pensar o consumo como forma de dar sentido à vida. Segundo os autores, ao contribuir para a estabilização de significados, reforçar laços de solidariedade e realizar marcações temporais, o consumo poderia ser compreendido como atividade ritual no mundo contemporâneo. Nas palavras dos autores:

> Se vem sendo dito que a função essencial da linguagem é sua capacidade para a poesia, assumiremos que a função essencial do consumo é sua capacidade para dar sentido. Duvidemos da ideia da irracionalidade do consumidor. Duvidemos de que as mercadorias servem para comer, vestir-se e se proteger. Duvidemos de sua utilidade e tentemos colocar em troca a ideia de que as mercadorias servem para pensar.

Aprendamos a tratá-las como meio não verbal da faculdade criativa do gênero humano. (Douglas, Isherwood, 1990, p.77)

Bastante inovadora foi a visão sobre o consumo apresentada por este livro, publicado na segunda metade dos anos 70. Dela nos interessa reter a ideia de que o consumo nos permite pensar a maneira como os indivíduos buscam tecer suas relações sociais, posicionando-se no mundo e dando sentido a suas vidas.

O antropólogo norte-americano Marshall Sahlins vem contribuir para este debate, ao apontar para a necessidade de considerarmos o conjunto dos objetos modernos como um código que deve ser apreendido em sua relação com a ordem social burguesa. O autor propõe que se abandone a perspectiva analítica que considera os objetos como portadores de qualidades intrínsecas, e se considere que a utilidade dos bens, uma combinação indissociável entre praticidade e simbolismo, é elaborada – e permanentemente reelaborada – na estrutura das trocas de um grupo social específico. Embora por caminhos diferentes, conduz a uma perspectiva analítica próxima à de Baudrillard (1985), ao deslocar o foco do marxismo clássico e destacar a importância do valor de uso, afirmando que se os bens materiais não têm uma utilidade em si, seu valor de uso, ou seja, os tipos de uso que as pessoas farão dos mesmos, é tão social quanto seu valor de troca.

Vale ressaltar que partimos do pressuposto, assim como Bocock (1983), de que o consumidor não deve ser considerado como totalmente passivo, mas capaz de selecionar criteriosamente as mercadorias. Os indivíduos, nesta perspectiva, não podem ser resumidos a segmentos de mercado cooptados e aprisionados pelo sistema, passivos, espécies de idiotas culturais, ou vítimas que imitam as classes superiores, embora seja necessário considerar que suas ações são regulamentadas e influenciadas pela ordem social, consciente ou inconscientemente. É neste terreno escorregadio, tenso e ambíguo no qual ocorre o jogo entre liberdade e coerção, entre subjetividade e objetividade, que os indivíduos vão construir seus estilos de vida, por meio do consumo, na contemporaneidade.

Em outras palavras: Sem desconsiderarmos os mecanismos de controle e coerção do mercado como uma das principais instâncias na cultura contemporânea, é importante nos perguntarmos como os indivíduos selecionam estilos com base em sua própria noção de identidade.

Para que estes pressupostos sejam discutidos e reconsiderados, tomaremos como recortes temáticos uma das formas mais visíveis de consumo: os cuidados corporais, que podem ser resumidos pela expressão *culto ao corpo*.

Corpo e identidade

Para melhor compreendermos a importância da apresentação corporal no estabelecimento de relações sociais, vale lembrar que o corpo é, também, *locus comunicacional*, o que se realiza por duas vias: a *linguagem/gestualidade* e a *forma*, que, como coloca Featherstone (1993, p.55), *é culturalmente codificada para operar como um indicador de poder social e prestígio*. Aqui cabe, mais uma vez, referir Bourdieu, que aponta para a linguagem corporal como marcadora de distinção social. O consumo alimentar, cultural e a forma de apresentação (incluindo o consumo de vestuário, artigos de beleza, higiene e de cuidados e manipulação do corpo) são, segundo o autor, as três mais importantes maneiras de distinguir-se.

> O corpo é a mais irrecusável objetivação do gosto de classe, que se manifesta de diversas maneiras. Em primeiro lugar, no que tem de mais natural em aparência, isto é, nas dimensões (volume, estatura, peso) e nas formas (redondas ou quadradas, rígidas e flexíveis, retas ou curvas, etc.) de sua conformação visível, mas que expressa de mil maneiras toda uma relação com o corpo, isto é, toda uma maneira de tratar o corpo, de cuidá-lo, de nutri-lo, de mantê-lo, que é reveladora das disposições mais profundas do *habitus*... (Bourdieu, 2007, p.179)

O espaço de centralidade ocupado pelo corpo no mundo moderno foi discutido em nossa tese de doutorado (Castro, 2007) que to-

mou o culto ao corpo[4] como forte tendência de comportamento e uma das dimensões dos estilos de vida construídos nas sociedades contemporâneas. A frequência à academia de ginástica foi percebida como uma das dimensões do estilo de vida e forma de sociabilidade para os indivíduos. O trabalho apontou que a prática do culto ao corpo constitui-se como forma de consumo cultural e atravessa todas os setores, classes sociais e faixas etárias, apoiada em um discurso que ora lança mão da questão estética e ora da preocupação com a saúde.

Partimos do pressuposto de que o corpo é expressão da sociedade e dos modos de vida cotidianos. Os hábitos adotados sobre o corpo, os padrões que definem sua normalidade e aceitação são a representação da organização social na qual ele está inserido, levando a crer que a relação corpo e sociedade é de fundamental importância. A despeito desta importância, o corpo, durante muito tempo, foi negligenciado, como objeto de discussão, no interior das ciências sociais.[5] Ainda assim, podemos pinçar alguns marcos teóricos importantes no esforço de problematizar a questão, desde o clássico ensaio de Marcel Mauss (2003, p.401) sobre as técnicas corporais, por ele definidas como "as maneiras como os homens, sociedade por sociedade e de maneira tradicional, sabem servir-se de seu corpo". Neste pioneiro trabalho, Mauss chama atenção para a compreensão das práticas corporais e suas origens e implicações sociais, apontando para o corpo como o arcabouço simbólico da sociedade, signo maior das representações coletivas.

O corpo é também objeto central na análise de Mary Douglas (1976), que demonstra a evidência do simbolismo social no corpo

---

4 Culto ao corpo é entendido como toda forma de cuidado com a apresentação corporal que busque a aproximação do padrão de beleza estabelecido socialmente, envolvendo não só a prática de atividade física, mas o consumo de cosméticos, alimentos da linha *light* e moda.

5 A este respeito, vale consultar Turner (1989). Neste trabalho, o autor relaciona a ausência de reflexões sobre o corpo com a resistência das ciências sociais a explicações de cunho biologizante, como parte da reação ao positivismo que imperava como paradigma dominante.

humano. Segundo a autora (1976, p.143), os rituais públicos sobre o corpo por ela estudados evidenciam interesses coletivos, e não pessoais, pois se o corpo é próprio do indivíduo que participa do ritual, "o que está sendo gravado na carne humana é a imagem da sociedade". Haveria uma espécie de estoque de símbolos criados socialmente, que aparecem nos rituais, que, por sua vez, representam as formas de relações sociais, o que permite aos indivíduos a compreensão de sua própria sociedade.

Um outro marco importante encontra-se na obra de Michel Foucault, que ao cunhar o conceito de *biopoder* – definido como uma tecnologia disciplinadora que visa ao controle utilitarista do corpo, buscando maximizar seus esforços e reduzi-lo à dimensão da economia política – revela que as tecnologias disciplinares tinham no corpo o foco do poder, tendo como principal finalidade o adestramento e a docilização dos indivíduos para extrair dos mesmos as forças necessárias aos interesses do capital.

Vale ressaltar que a preocupação com a aparência está ligada à cisão, própria da modernidade, entre o ser e o parecer. A preocupação com o corpo e a construção da aparência, cresce em importância na mesma medida em que a preocupação com a construção da identidade torna-se tarefa crucial dos indivíduos. Diferentemente de outros momentos históricos, as sociedades modernas impõem aos indivíduos a necessidade de definirem suas identidades, não mais predeterminadas pela tradição e pelo costume. Como aponta Giddens (1997), em uma sociedade em constante mudança, o indivíduo deve repensar-se e redefinir sua identidade cada vez mais frequentemente.

Segundo Anthony Giddens, no contexto da modernidade, o *self* – entendido como autoidentidade – é produto de um projeto reflexivo, sendo o indivíduo o principal responsável por ele. Nesta perspectiva, a *reflexividade* joga importante influência sobre a dinâmica da vida moderna, uma vez que "diz respeito à possibilidade de a maioria dos aspectos da atividade social, e das relações materiais com a natureza, serem revistos radicalmente à luz de novas informações ou conhecimentos" (Giddens, 1997, p.18).

Percebe-se, claramente, um esforço do autor de pôr em relevo a efemeridade e multiplicidade de espaços e instituições que marcam a condição moderna, situando o indivíduo como ser atuante neste processo. Diante da multiplicidade e segmentação de cenários que constituem a vida social, os estilos de vida configuram-se em espaços, ou *ambientes de ação* específicos, denominados pelo autor de "setores de estilo de vida. Em parte devido à existência de múltiplos ambientes de ação, as escolhas e atividades de estilo de vida tendem com grande frequência a ser segmentárias para o indivíduo: os modos de ação seguidos num contexto poderão variar mais ou menos substancialmente em relação aos adotados em outros contextos" (Giddens, 1997, p.17).

O constante processo de redefinição do *self* implica a construção de um *estilo de vida*, no qual o corpo assume papel central: os regimes do corpo, como dietas e *fitness*, na modernidade tardia, tornam-se abertos a uma contínua atenção reflexiva sobre o pano de fundo da pluralidade de escolha.

Assim, o *estilo* construído pelos indivíduos possibilita o contraponto ou o equilíbrio entre a coletividade da moda e a personalidade individual, garantindo a possibilidade de cada um identificar-se com os outros e ser único. Tal possibilidade de construção de estilos é dada pelo consumo, importante espaço de definição de identidades nas sociedades contemporâneas.

Referências bibliográficas

ANTONIO, A. T. de. *Corpo e estética*: um estudo antropológico da cirurgia plástica. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em antropologia social, IFCH/Unicamp, 2008.

BAUDRILLARD, J. *Sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1985.

BOCOCK, R., THOMPSON, K. *Social and cultural forms of modernity*. Cambridge/Oxford, Polity Press/Basil Blackwell/ The Open University, 1993.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo. Ed. Perspectiva. 1982.

______. *La distinción*: critérios y bases sociales del gusto. Madrid, Taurus, 1988.

BUENO, M. L., CASTRO, A. L. (Orgs.). *Corpo*: território da cultura. São Paulo, Annablume, 2005.

BUTLER, J. *Problemas de gênero*: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

CAMPBELL, C. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.

CASTRO, A. L. Culto ao corpo, modernidade e mídia. *Lecturas*: educación fisica y desportes, año 3, nº 9, Buenos Aires, marzo 1998.

______. Culto ao corpo e sociedade: mídia, cultura de consumo e estilos de vida. 2.ed. São Paulo, Annablume/Fapesp, 2007.

COSTA, S., DINIZ, D. *Bioética:* ensaios. Brasília: Letras Livres, 2001.

COUTO, E. S., GOELLNER, S. V. (Org.). *Corpos mutantes:* ensaios sobre novas (d) eficiências corporais. Porto Alegre: Ed. UFRGS. 2007.

CRANE, D. *A moda e seu papel social*: classe social, gênero e identidade das roupas. São Paulo, Ed. Senac, 2006.

DEBERT, G. G. *Políticas do corpo e o curso da vida.* São Paulo, Sumaré, 2000.

DE CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano*: artes de fazer, v.1, Petrópolis, Vozes, 1994.

DOUGLAS, M. *Pureza e perigo*. São Paulo, Perspectiva, 1976.

______., ISHERWOOD, B. *El mundo de los bienes*: hacia una antropologia del consumo. México, Editorial Grijalbo, 1990.

EDMONDS, A. No universo da beleza: notas de campo sobre cirurgia plástica no Rio de Janeiro. In: GOLDENBERG, M. (Org.) *Nu e vestido*: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro, Record, 2002.

ENTWISTLE, J. *The fashioned body:* fashion, dress and modern social theory. Oxford, Polity Press, 2000.

______., WILSON, E. (eds.). *Body dressing*. New York/Oxford, Berg Ed., 2001.

FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo.* São Paulo, Studio Nobel, 1995.

______. O curso da vida: corpo, cultura e imagens do processo de envelhecimento. In: DEBERT, G. G. *Antropologia e velhice:* textos didáticos IFCH/Unicamp, março de 1993.

FEATHERSTONE, M. *The body*: social process and cultural theory. London, Sage, 1992.

FOUCAULT, M. O cuidado de si. In: *História da sexualidade.* Rio de Janeiro, Graal, 1985, v.3.

______. *Microfísica do poder.* Rio de Janeiro, Graal, 1979.

GEERTZ, C. *A interpretação das culturas.* Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1978.

GEORGE, M. Identidades passadas, presentes e emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final do século XX ao nível mundial. São Paulo, *Revista de Antropologia*, USP, 34, 1991, p.197-221.

GIDDENS, A. *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras/Portugal: Celta Editora, 1997.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade.* Rio de Janeiro: Ed. DP&A, 2000.

HARAWAY, D. Um manifesto para os cyborgs: ciência, tecnologia e feminismo na década de 80. In: HOLANDA, H. B. de (Org.) *Tendências e impasses:* o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

HOLANDA, H. B. de (Org.). *Tendências e impasses*: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

JAMESON, F. Pós-modernismo e Sociedade de Consumo. *Novos Estudos Cebrap*, (12), 1985.

LE BRETON, D. *Adeus ao corpo*: antropologia e sociedade. São Paulo: Papirus, 2008.

LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero:* a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia. das Letras, 1999.

LOWY, I. *L´Emprise du genre.* Paris: La Dispute, 2003.

MACCRAKEN, G. *Cultura e consumo. Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MAGNANI, J. G. C. Tribos urbanas: metáfora ou categoria. In: *Cadernos de campo.* PG/Antropologia, FFLCH/USP, São Paulo, 2(2), p.48-51, 1992.

MAUSS, M. As técnicas do corpo. In: *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MIRA, M. C. O global e o local: mídia, identidades e usos da cultura. *Revista Margem.* Educ/PUC-SP, n.3, dez.1994

ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo, Brasiliense, 1994.

PISCITELLI, A., GREGORI, F., CARRARA, S. (Orgs.) *Sexualidade e saberes:* convenções e fronteiras. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

ROCHE, D. *A cultura das aparências*. São Paulo: Ed. Senac, 2007.

SANT'ANNA, D. B. (Org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

________. De. *Corpos de passagem*: estudos sobre a subjetividade contemporânea. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SCHPUN, M. R. *Beleza em jogo*: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Ed. Senac/Boitempo Editorial, 1999.

SEVCENKO, N. *Orfeu extático na metrópole:* São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20. São Paulo: Cia das letras, 1992.

SIMMEL, G. *"La mode". Philosophie de la modernité. La femme, la ville, l'individualisme*. Paris: Payot, 1999.

SOUZA, G. de M. *O espírito das roupas.* São Paulo: Cia das Letras, 1987.

TOLEDO, L. S. *Corpo, estética e cirurgia plástica.* In: DANTAS, E. (Org.). *Pensando o corpo e o movimento*. Rio de Janeiro: Shape, 1994.

TURNER, V. *The anthropology of performance.* New York: PAJ Publications, 1988.

VEBLEN, T. *A teoria da classe ociosa*: um estudo econômico das instituições. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Col. Os economistas).

WAIZBORT, L. *As aventuras de Georg Simmel*. São Paulo: Editora 34, 2000.

7
Travestis, transformistas, *drag queens*, transexuais: montando corpo, pessoa, identidade e gênero

Juliana Gonzaga Jayme[1]

Introdução

Este artigo busca discutir a construção das identidades culturais e as relações de gênero na sociedade contemporânea a partir de uma etnografia entre travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais – que vou chamar aqui, com Benedetti (2005) de "universo *trans*", mas também de transgênero[2] –, realizada em Belo Hori-

---

1 Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais/PUC-MG.

2 Travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais são diferentes e fazem questão de se diferenciar uma em relação à outra. O termo "universo trans" possibilita englobar as diferentes autoclassificações dessas pessoas sem "achatá-las" em uma única identidade. "Além das travestis, transexuais e transformistas há uma verdadeira miríade de tipos que poderiam ser listados na categoria universo *trans*" (Benedetti, 2005, p.19). Quando realizei a pesquisa empírica em Lisboa, uma informante, Jô Bernardo, usava *transgender* (em inglês) como um termo que englobava todas as categorias, mas mantendo a ideia das diferenças entre elas. Hoje transgênero é largamente utilizado no Brasil, mas não exatamente com esse sentido. É comum, por exemplo, a diferenciação entre transgêneros e transexuais. Por fim, mas não menos importante, como será discutido ainda neste *paper*, ainda que enfatizando as diferenças, em certos momentos travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais se unem em uma identidade *trans* frente aos *não trans*. Como este artigo foi escrito a partir da-

zonte e Lisboa.[3] Como se sabe, a etnografia envolve a observação, conversas informais e entrevistas. Utilizei essas técnicas nas duas cidades. Em Belo Horizonte, a pesquisa de campo foi feita entre 1997 e 1998, com um retorno, no final de 1999, para controle. Em Lisboa, a pesquisa foi realizada entre maio e outubro de 1999. Creio que é se não impossível pelo menos muito difícil fazer etnografia sem pensar nas questões que envolvem a relação entre o sujeito pesquisador e os sujeitos pesquisados e, daí, suas implicações políticas e metodológicas, que, se não se dão apenas no texto, podem, ou devem, ser nele reveladas. Assim, este texto resulta de encontros intensos e de interpretações sobre o que me foi dito – com palavras ou não – e a escrita expressa esse convívio.

Por meio de uma ação que denominam *montagem*, travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais reconstroem gêneros, revelando que essa categoria não possui uma estrutura binária, antes, refere-se a multiplicidades. Também via montagem modificam corpo e nome, demonstrando a transitoriedade da pessoa e indicando que sua ação é *incorporada*, visto que mimetizada e aprendida por meio do corpo e nele observada.

A ideia de uma identidade única e permanente vem se perdendo. Travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais são emblemáticos para refletir sobre essa questão, já que apesar de desejarem demonstrar que são diferentes entre si, também se aproximam no que se refere à intervenção corporal e aos efeitos dessa intervenção na redefinição de gênero. Essa ação redefinidora de masculinidade e de feminilidade enfatiza uma interpretação de gênero como cultural e processual. A noção de incorporação é de grande valia para pensar toda essa ação. Ao construir sua identidade – interferindo no próprio corpo – essas pessoas mostram que o corpo é, ele próprio, um meio de expressão. A alteridade provocada por elas é percebida por seu corpo que transmite um significado, mas também expressa a *performance*.

---

quela pesquisa, uso também o termo transgênero e da forma como foi pensado naquela época (Jayme, 2001).

3 Pesquisa feita entre 1997 e 1999 para minha tese de doutorado.

As "marcas" no corpo de travestis, transformistas, transexuais e *drag queens* podem ser vistas como um código que tanto as une, como as separa, pois, por meio dessa interferência corporal a um só tempo elas revelam as diferenças entre si e podem se unir em uma identidade frente àqueles que não fazem parte desse universo *trans.*

Antes de prosseguir a discussão, é importante explicitar – na definição êmica – o que são travestis, transformistas, transexuais e *drag queens*. As travestis[4] dizem que são "mulheres" dia e noite, pois interferem no corpo por meio de roupas, maquiagem, cabelo e trejeitos femininos e por meio de medicamentos (hormônios femininos) e silicone em partes do corpo. No entanto, afirmam que não desejam fazer a cirurgia de transgenitalização,[5] querem manter o órgão sexual masculino.

A diferença entre as transexuais e as travestis, é que as primeiras afirmam que "nasceram com o corpo errado". Seriam "mulheres presas em um corpo de homem".[6] O órgão sexual é visto como um apêndice, portanto, algo que deve ser retirado. Assim, a transexual é aquela que fez (ou deseja fazer) a cirurgia de transgenitalização.

Para as transformistas, o tempo define o masculino e o feminino. Dizem: "eu sou homem de dia e mulher de noite". O corpo é modificado com maquiagem, roupa, espuma para fazer seios e ancas. Diante de uma transformista *montada* não é possível saber se se trata de homem, mulher, travesti ou transexual. A transformação pretende ocultar inteiramente o masculino.

A diferença entre transformistas e *drag queens* refere-se ao fato de que essas últimas não têm a preocupação das transformistas em

---

4 Em Portugal, diferentemente do Brasil, o termo travesti serve para designar pessoas que se vestem com roupas do sexo oposto, mas que não transformam o corpo com hormônios, silicone etc. Seria o que no Brasil é chamado transformista.

5 "A operação consiste em remover o conteúdo do pênis e dos testículos, usando a pele que sobra para criar a vagina e os grandes lábios" (Rito, 1998, p.177).

6 Esta não é só uma visão êmica. Os médicos, em geral, concordam com essa definição do transexual. É comum também usarem "… mulheres, presas em um corpo masculino..." (Stoller, 1982, p.73).

"parecer mulher". A maquiagem é carregada, a roupa exagerada, com altas plataformas, cabelos coloridos etc.

Refletindo sobre o gênero

Mesmo não havendo um consenso entre as discussões de gênero, uma ideia recorrente é considerar essa categoria sob uma perspectiva relacional, assimétrica e plural. Suely Kofes (1994), em uma reflexão sobre duas histórias de vida – de uma patroa e de uma empregada doméstica –, percebe ambiguidades no que poderia se referir a uma identidade feminina. Em termos de categorias, a patroa seria mulher e a empregada seria empregada. Ou seja, não existiria, por parte da patroa, um "nós mulheres". E aqui, Kofes está tratando de assimetria, desigualdade, hierarquia.

Judith Butler (1990) afirma que ao invés de pensar o gênero a partir da identidade, é melhor situá-lo como *performance*, em função do caráter instável e dramático dessa categoria. Nessa perspectiva, o gênero é uma ação e nunca uma totalidade, sua construção é muito mais complexa e inacabada. Para essa discussão, Butler utiliza a experiência de *drag queens*, demonstrando como as relações sociais – daí as de gênero, raça, etnicidade, classe etc. – são múltiplas e sempre recriadas. Então também não é possível pensar na ideia de um terceiro gênero, discussão que já esteve em voga. Em uma crítica à abordagem de Marjorie Garber sobre travestis e transexuais como "criadores" de um terceiro espaço de possibilidade, desestabilizando o sistema de gêneros binários, Judith Halberstan (1998) atenta para a falha dessa reflexão, afirmando que faltaria um quarto, quinto, sexto espaço, já que os gêneros são múltiplos. Ao focalizar o que ela chama de "problema do banheiro", a autora mostra que, no caso dos transgêneros, escolher qual banheiro frequentar em um espaço público torna-se uma decisão complexa.

Ao discutir sobre diferença e identidade Henriette Moore (1994) revê os debates sobre gênero desde a década de 1970 e afirma que um de seus problemas estaria na forma como se teoriza a relação en-

tre sexo e gênero. O discurso antropológico acabaria por manter as diferenças de gênero como localizadas nos corpos sexuados. Dizer que o gênero é socialmente construído e manter o sexo na esfera do biológico, obscurece a ideia de que o sexo também é uma categoria construída, contextualizada.[7] Uma das maneiras de resolver esse impasse estaria, na perspectiva da autora, na aceitação de que – pensando em termos concretos – o feminino e o masculino são identidades incorporadas, ou seja, é necessário perceber, segundo Moore, que "... para além do discurso social e cultural, há uma experiência individual" (Moore, 1994, p.16) que é social e processual. A partir dessa ideia, seria possível diferenciar sexo e gênero, mas perceber também que são categorias relacionadas. Enfim, quando falamos de gênero, discutimos sobre distinções e o gênero só existe ligado a outras formas de diferença. A experiência também só pode ser apreendida pelo social e é atravessada por outras relações, portanto, não é nunca acabada, mas constantemente (re)formulada e intersubjetiva. A questão, segundo a autora, está em perceber em que contexto um tipo de diferença torna-se mais primordial em relação aos outros. Num casamento, por exemplo, diz ela, a diferença sexual torna-se fundamental.

Mesmo que o impasse com referência às teorizações de sexo, diferenças sexuais e gênero não esteja resolvido, é possível buscar uma relação entre essas categorias a partir da ideia de experiência, como sugere Moore. Pensando no caso dos transgêneros, torna-se explícita essa relação, pois em sua experiência revelam muitas vezes que o sexo é uma relação social prioritária na construção de suas identidades, tendo em vista que é no corpo sexuado que eles indicam sua diferença, como é também nesse corpo (ou por meio dele) que transexuais, travestis, transformistas e *drag queens* "embaralham" o gênero revelando-o como um "através". Pensar na incorporação é uma

7 Thomas Laqueur (1994) mostra, por meio da História, como a teoria dos dois sexos se construiu a partir do século XVIII. Na Antiguidade, a ideia era que havia apenas um sexo que se manifestava de forma diferenciada em homens e mulheres.

boa forma de refletir sobre tal relação. Antes de discuti-la, entretanto, parece-me necessário refletir sobre gênero.

Se os estudos feministas em certo momento foram criticados – mesmo supondo relações – por uma perspectiva identitária, hoje vários autores preocupam-se em pensar o gênero a partir de uma perspectiva relacional, atentando tanto para a relação entre masculino e feminino como para as diferenças nas constituições de masculinidades e feminilidades, de acordo com outras distinções (melhor dizer, aqui, desigualdades), tais quais raça, classe, etnicidade, orientação sexual. Como afirma Moore (1994), mesmo que as distinções sejam percebidas categoricamente, sua vivência é relacional, assim, os discursos de gênero sempre atravessam outras relações sociais. Dessa forma, o gênero seria instável e, nessa concepção, não se refere a homens e mulheres como opostos fixos, antes, diz respeito à categorização de diferenças (e desigualdades) ligadas ao corpo, à sexualidade, à raça, à etnicidade etc. Homens, mulheres, travestis, transformistas, transexuais, *drag queens* são plurais e sua diferença não está apenas no gênero ou no corpo.

A perspectiva construcionista de gênero tem sido criticada porque permaneceria essencializando o dimorfismo sexual, deixando escapar a historicidade da própria noção de diferença sexual. Ao criticar essa perspectiva, Marilyn Strathern (1988) afirma que a partir de uma concepção puramente construcionista outras dimensões do gênero tornar-se-iam obscurecidas, além do essencialismo da diferença sexual. Para a autora, gênero é facilmente relegado à interação entre masculino e feminino, mas seu objetivo é demonstrar que tanto as relações de gênero quanto as interações entre os sexos são mais amplas, já que negociadas com todas as relações sociais.

Partindo da reflexão sobre o dom na Melanésia, Strathern argumenta que não é possível pensar o gênero por meio de classificações duais. Os melanésios não classificam, mas sobrepõem.

> Em minha explicação (...) torna-se impossível conceber o gênero simplesmente como uma questão da relação entre macho e fêmea. Essa questão incorpora uma visão mercantil inapropriada que, supondo que

> as entidades existam em si, requer explicação quanto à relação entre elas. Este é o modelo de gênero associado ao papel sexual (...). De maneira mais geral esse modelo está subjacente à ortodoxia ocidental corrente que considera as relações de gênero como 'construção social ou cultural' daquilo que já possui forma diferenciada através da determinação biológica do sexo dos indivíduos. (Strathern, 2006, p.278)

Nessa discussão, a autora enfatiza o caráter relacional do gênero, além de contestar algumas oposições, entre as quais, indivíduo e sociedade: as pessoas na Melanésia são pensadas individual, mas também *dividualmente*, na medida em que suas identidades modificam-se entre a unidade e a composição. O estado unitário das identidades só emerge nas relações sociais, entre as quais, as relações de gênero que, para os melanésios, não está situada entre o feminino e o masculino, mas nas interações entre *same-sex* e *cross-sex*, já que as pessoas alternam as relações sociais entre o estado unitário e o composto.[8]

Gênero para Strathern, então, não é visto como uma categoria classificatória, mas revelaria categorias de diferença e, como em Butler, nunca é acabado, por ser, ele próprio, uma categoria aberta que se refere às categorizações tanto de pessoas, quanto dos artefatos e eventos que estejam vinculados a um imaginário sexual.

A partir daí, as relações de assimetria e poder entre masculino e feminino até se mantêm, mas não só. Como aponta Miguel Vale de Almeida (1995 e 1996a), há assimetria e hierarquia dentro mesmo dessas "categorias". Existem, por exemplo, graus de "masculinidade" – revelados nas relações sociais – e, assim, os indivíduos podem ser menos ou mais "masculinos". O autor também critica a abordagem construcionista dos estudos de gênero, afirmando que essa visão de algum modo pressupõe uma dicotomia de gênero com base na ideia de dimorfismo sexual, o que faz com que a historicidade da diferença sexual seja colocada de lado, além de não abordar a constituição do próprio corpo e de tratar homens e mulheres como entida-

8 Nesse estado, a pessoa é *dividual*, um composto de elementos masculinos e femininos.

des fixas e polarizadas. Almeida afirma ainda que tal concepção não permite que se perceba a dinâmica das masculinidades e feminilidades e oculta "... o próprio uso destes termos como operadores metafóricos para o poder e a diferenciação mesmo a níveis que não são de sexo e gênero" (Almeida, 1996, p.185).

Nesse sentido, uma reflexão sobre corpo e incorporação torna-se importante para a reflexão sobre o gênero, já que este teria como base metafórica o corpo e, segundo Almeida, é o corpo que permite o essencialismo, por exemplo, da ascendência social masculina reproduzida de forma "naturalizada", justamente porque os significados de gênero seriam incorporados a partir de um consenso vivido, pois seu aprendizado não é refletido. Moore (1994, p.85) vai na mesma direção quando afirma que "não é que nossos corpos evidenciem naturalmente diferenças de gênero, ou alguma outra forma de diferença, antes, essas diferenças são produzidas como um efeito do corpo". Para fugir a isso, é necessária uma reflexão sobre o corpo que não o situe como passivo, mas como a base existencial da cultura, conforme expõe Thomas Csordas (1990).

Ao situar a incorporação como paradigma da antropologia, Csordas afirma que isso é possível porque o corpo seria um ponto de partida produtivo para a análise da cultura, já que poria um fim à distinção convencional entre sujeito e objeto, permitindo observar como objetos culturais (incluindo os *selves*) são constituídos de forma fluida e indeterminada na fase adulta. Pensar o gênero em uma perspectiva incorporada permite perceber que ele é inacabado, sendo progressivamente construído, negociado, performatizado na relação com outras interações sociais. A partir dessa visão, torna-se mais clara a ideia de que o gênero não se refere simplesmente a homens e mulheres e que a masculinidade não diz respeito unicamente a homens, enfim, torna-se possível pensar o gênero como multiplicidade.

Almeida, apoiado em Strathern e na teoria da incorporação, sugere uma maneira de compreender o gênero de forma não essencializada:

> A busca de sentidos e significados de género deve consistir num 'mapeamento' exaustivo das áreas semânticas e de acção relacionadas com o género (...) e não apenas numa focagem da sexualidade ou da divisão masculino/feminino como divisão homens/mulheres. Pensar o género como o estudo das relações entre homens e mulheres é, a meu ver, um obstáculo (...) a sociedade não é construída independentemente do género e não pode por isso ser um contexto explicativo para ele. As relações de género não são nem mais nem menos autónomas que todas as outras relações sociais (Almeida, 1996, p.166).

Para compreender o gênero, então, seria necessário observar as negociações cotidianas acionadas, por exemplo, em torno do poder. A partir daí, tornar-se-ia possível perceber a transformação, plasticidade e incompletude das relações sociais – entre as quais o gênero e a incorporação. Os transgêneros mostram essa incompletude. Seu corpo nunca é visto por eles como acabado e, "como os melanésios", podem aparecer como um composto de masculino e feminino ou como só masculino e só feminino, dependendo das interações em que estão envolvidos.

Para compreender as travestis, transformistas, transexuais e *drag queens* é fundamental, então, observar tanto o que elas dizem quanto a expressão incorporada do que é ser transgênero, homem ou mulher em uma sociedade cuja classificação primeira é a dicotomia sexual. Mas a(s) identidade(s) das pessoas que se encaixam no universo trans não se localiza(m) apenas no corpo, mesmo que este seja percebido como o local do significado dessa(s) identidade(s). A ideia de montagem revela que esses sujeitos montam não só o corpo, mas a pessoa e é aqui que a incorporação torna-se explícita. Mente e corpo, além de não estarem separados, são produzidos, inacabados. No filme *Tudo sobre minha mãe*,[9] a personagem Agrado – uma travesti – diz o quanto gastou para produzir-se, afirmando que "custa muito ser autêntica (...). Nestas coisas não se pode economizar, porque se é mais autêntica, quanto mais se parece com o que sonhou para si

9 Direção de Pedro Almodóvar. Título original: *Todo sobre mi madre*, 1999.

mesma". Agrado mostra que o corpo, a pessoa, o gênero, a identidade são produzidos e é isso que lhes confere autenticidade.

Ao compreender a diferença sexual carregada de gênero – e este como ação, portanto, não restrito à dualidade do sexo –, Butler explicita que o gênero se refere a mais do que uma relação assimétrica e dicotômica entre homens e mulheres, pois está ligado a processos, práticas, experiências vividas e negociadas cotidianamente: "Gênero não é cultural e sexo natural, gênero é também o significado discursivo/cultural pelo qual o 'sexo natural' é produzido como pré-discursivo" (Butler, 1990, p.2). E continua:

> não há razão para assumir o gênero como binário. Essa ideia mantém, implicitamente, a crença em uma relação mimética de gênero para sexo, gênero como espelho do sexo ou restrito pelo sexo. Quando o gênero é teorizado como radicalmente diferente do sexo, torna-se livre e, assim, os homens podem ter um corpo feminino e as mulheres um corpo masculino. (ibidem, p.6)

Montar-se

A "montagem" de um corpo construído milimetricamente é essencial para o "tornar-se" travesti, transformista, *drag queen*, transexual. Talvez seja a ação mais importante, porque é por meio dela que se dá a redefinição e a exibição das *performances* de gênero e, daí, a construção e reconstrução também de identidades. Não há uma "coerência essencializada", mas a própria "desnaturalização" dos gêneros a partir da fabricação do corpo que significa e atua.

A montagem liga-se a outras questões, como o corpo, a pessoa e o próprio tempo. O tempo é um dos definidores das diferentes categorias: as "24 horas" das travestis, o "para sempre" das transexuais, o "dia-noite" das transformistas e *drag queens*. É por meio do tempo também que os nomes e pronomes são utilizados. Enfim, há uma ligação intrínseca entre corpo, nome, incorporação e tempo na montagem dos transgêneros.

Corpo, incorporação, tempo

Com esse verbo/ação – *montar* – os diferentes transgêneros referem-se à transformação de seu corpo, feita de diversas maneiras, de acordo, inclusive, com as distintas classificações: travesti, transformista, transexual, *drag queen*. É a partir da primeira vez que se montam, que se delineia, muitas vezes, em qual "categoria" virão a se inserir. Em um exercício permanente de construção corporal, incorporam novas pessoas, identidades, gêneros, nomes. Tornam-se travestis, transformistas, transexuais, *drag queens*.

A primeira vez que "se montou", Henrique[10] – ainda não tinha um nome feminino – colocou um vestido longo, fez escova no cabelo que era comprido, as sobrancelhas já estavam pinçadas e as unhas feitas. Na família ninguém sabia. Saía de casa como Henrique – com corpo, roupas e trejeitos masculinos – e Cindy, que ficava guardada, escondida da família em uma mala, só tomava vida na casa de amigos e, maquiada, vestida, de cabelos arranjados, se exibia em boates e pontos de prostituição nas ruas de Belo Horizonte. Nessa época se definia como *montada*, porque saía em trajes e trejeitos femininos apenas em algumas ocasiões.

Para definir-se como *travesti*, esperou os seios crescerem, a cintura se formar – com uso de injeção de hormônios femininos – e passou a utilizar roupas, maquiagem e cabelo femininos todo o tempo e a ensaiar trejeitos de "mulher". Cindy já não existia mais, dando lugar a Michelle, cujas formas femininas escapavam, sendo difícil escondê-las da mãe. Teria de assumir não mais a homossexualidade, mas uma outra pessoa. A montagem passou a ser diária. O novo corpo – melhor, a nova pessoa – exigia, segundo Michelle, vestimentas e rosto feminino, construído com maquiagem, posturas, trejeitos. E agora era Henrique quem estava escondido nesse corpo/pessoa Michelle. A ideia de que o corpo expressa um significado é revelada, mas também a fala de Michelle demonstra como esse corpo, ele

10 Henrique/Michelle – que durante minha pesquisa voltou a ser Henrique (ver Jayme, 2001) – foi a(o) principal informante da pesquisa em Belo Horizonte.

próprio, atua. Assim, pode ser apreendido como sujeito, pois o corpo não só transporta significado, mas também o produz. Não é o meio, mas o fim da significação.

> Ela (a mãe) percebeu que meu peito tava crescendo e me perguntou se eu tava tomando hormônio, eu falei que tava tomando, só que ela não queria me ver de mulher (...). Lá em casa eu tinha que ficar de bermuda, calça, nunca saia, nem salto, nem maquiagem, nem nada. Aí foi passando o tempo, foi passando, aí eu falei: ah, agora não tem jeito mais, né, aí que eu comecei a usar roupa de mulher o tempo todo, aí a minha mãe acostumou. (Michelle, Belo Horizonte)

A partir do momento em que passou a *ser feminina todo o tempo*, Michelle começou a se denominar travesti. E ela não é a única que se utiliza dessa "marca" para a inserção nessa categoria. Como demonstram as palavras de Porcina e Buzuzu:

> o travesti verdadeiro (...) é aquele que tem peito... (Porcina, travesti, Belo Horizonte).

> o travesti, ele tem as formas femininas, independente do horário que seja ele vai ser feminino, entendeu, ele assumiu isso daí, *ele é mulher*,[11] bonita ou não, com barba ou não, *ele vai ser mulher*... (Buzuzu, transformista, Campinas[12]).

A montagem das travestis, então, requer, além de trejeitos, maquiagem, cabelo "de mulher", uma intervenção corporal feminina que esteja explícita "24 horas por dia", ou seja, o masculino precisa estar oculto. Os pelos do corpo não podem aparecer, daí as sessões de depilação e eletrólise;[13] o pênis deve estar escondido; as unhas

---

11 É interessante notar a ambiguidade no próprio gênero gramatical utilizado.

12 A ideia da tese de doutorado partiu da pesquisa que fiz para o mestrado (Jayme, 1996), realizada em Campinas e Belo Horizonte.

13 Eletrólise é uma técnica utilizada para retirar os pelos pela raiz, de maneira que depois de certo tempo – em geral por volta de cinco anos – eles deixam de nascer.

feitas, a sobrancelha pinçada. Diz Rosa do Amor[14] que a travesti "é um homem, mas com corpo, cara e peito e *tudo* de mulher". Para se ter *tudo de mulher*, é necessário trabalho e, mais do que isso, incorporação, aprender fazendo com o corpo – dessa(s) mulher(es).

Por mais que se montem, porém, com o intuito de *parecer uma mulher 24 horas por dia* é comum – em geral de manhã – revelar-se aquele homem que foi escondido. A barba pode crescer, a voz torna-se mais rouca, o rosto, sem a maquiagem, demonstra traços masculinos. Às vezes os pelos depilados de todo o corpo começam a crescer e não é possível escondê-los nem retirá-los, é necessário esperar que cresçam mais. Ouvi de todas as travestis com quem conversei, tanto em Belo Horizonte como em Lisboa, que essa situação as incomodava, especialmente porque se era possível esconder as pernas sob largas calças compridas, em certas ocasiões (por exemplo, dias quentes), os braços ficam à mostra.

Segundo minhas informantes, a injeção de hormônios muitas vezes é feita com outras travestis – as chamadas *bombadeiras* –, com silicone industrial aplicado diretamente no corpo.[15] Além da falta de assepsia, é comum que o silicone desloque pelo corpo, causando problemas de saúde e quando há esse deslocamento o problema é, de acordo com elas, mais grave: não é o homem que escapa, mas o corpo que se torna disforme. Também se corre o risco de adquirir infecções nesse processo. Ainda assim, o silicone é visto pelas travestis como um produto essencial para a sua transformação. Conversei com algumas que nunca tinham injetado, mas que afirmaram o desejo de fazê-lo e as que já tinham sempre diziam que precisavam retocar.[16]

---

14 Travesti brasileira que vivia em Lisboa à época da pesquisa de campo feita naquela cidade.

15 As minhas informantes travestis utilizavam o termo "bombar" para a injeção de silicone industrial diretamente no corpo, feito pelas "bombadeiras". Mas se o silicone fosse colocado em uma clínica – com médicos –, passava a ser chamado cirurgia plástica.

16 A noção do *cyborg* de Donna Haraway (1991), um organismo entre homem e máquina, frequentemente artificializado por intervenções externas, sempre "mutante" e fabricante de si, é interessante para refletir sobre isso.

> Bombei três vezes. Aliás, bombei quatro vezes. Eu botei um copo, aí depois eu botei dois, aí foi pra botar os três, eu não aguentei. Saiu sangue, como doeu. (...) Mas depois que bota, é como quadril. A gente faz um/a gente faz com aquele medo, depois que bota vira um vício. Aí quer botar, botar, botar, botar (Madonna, in Kulick, 1998, p.69).

A transformação corporal é feita ora com prescrição médica, ora sem e, nesse caso, com a ajuda de outras travestis – sejam *bombadeiras*, sejam aquelas mais "experientes" que informam qual medicamento deve ser ingerido – dependendo, em geral, da disponibilidade financeira. No caso da transexual operada, além dos hormônios e silicone, a montagem inclui a cirurgia de mudança de sexo – transgenitalização.

O montar-se é investido, em geral, de um significado ritual. Mesmo as que se denominam travestis, só se consideram totalmente montadas quando, além dos seios, ancas, cintura, pernas depiladas etc., estão maquiadas, com o cabelo arranjado, a sobrancelha feita. Quando acordam, por exemplo, dizem que ainda não estão montadas ou mesmo em alguns locais públicos, como a escola, às vezes não se consideram montadas. É na transitoriedade da *performance* que o *self* é recuperado cotidianamente. Diz Guto, referindo-se a Tânia Brasil:

> É aquele tal negócio, *tô eu aqui, e aí eu começo a me montar, eu me sinto outra pessoa, tá, porque não é só colocar um salto e sair rebolando, cê entendeu, é ter uma postura,* (...) comportar como uma mulher comum, tá, aquela coisa mulher, sentar, cruzar as pernas, tá, andar sempre, não de nariz em pé, mas ter uma postura, aquela coisa reta, sabe, então quer dizer, *eu me sinto uma outra pessoa* em tudo, tanto é que mesmo os meus amigos (...) não entendem, sabe, como é que pode, minha mãe até já se assustou quando ela viu, ela falou; 'nossa, cê é uma outra pessoa', meu irmão também ficou alucinado, 'nossa senhora, não é possível!', sabe, *é tipo assim, pegar um cigarro, fumar diferente, então é bem por aí, eu me sinto uma outra pessoa.* (...) apesar de eu ser homossexual, eu não me considero uma mulher, mas quando eu tô montado, eu não me considero uma mulher, não uma mulher, como eu posso te dizer, mas sim uma menina (risos), cê entendeu? Não aquela coisa, uma mulher, mas me

sinto mais mulher do que homem. (Guto/Tânia Brasil, transformista, Campinas)

Transformistas e *drag queens* montam-se apenas em ocasiões e lugares especiais, que elas, na época da minha pesquisa, sempre denominavam noite, embora pudessem estar se referindo a eventos que aconteciam durante o dia. Boates gay, festas,[17] programas de televisão, entre outros eventos, são lugares comuns de encontrá-las. E é possível perceber o significado ritual que essa montagem contém em si a partir da fala de Tânia Brasil, citada acima e de Ginger, que se denomina caricata:

> eu não sou travesti, eu sou homossexual, mas *de vez em quando há uma montagem que eu gosto de fazer, né, quer dizer, eu me transformo em outra pessoa, adquiro a Ginger que é um personagem que eu criei e aonde eu expresso por ela um lado mais descontraído*, um lado onde ela canta, faz dublagem, caricato também. (Paulo Henrique/Ginger, Belo Horizonte)

Para compreender travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais, a noção de incorporação é de grande valia, pois, ao mesmo tempo em que abarca a dimensão social e construída do corpo, também revela a dimensão "engendrada" e a subjetividade desses corpos. E, creio, os transgêneros são Incorporados e o processo dessa incorporação nos remete à analogia com a aula de *tai chi chuan*, a que se refere Miguel Vale de Almeida (1996, p.1):

> Não é necessário conceptualizar ou sequer contextualizar a aprendizagem na filosofia chinesa. Basta *aprender fazendo com o corpo*, aprender imitando, até que o corpo reproduza os movimentos certos e estes abram portas para novos níveis de consciência incorporada.

17 Hoje em dia é comum encontrar as chamadas *drag queens*, como atração, em festas particulares, não necessariamente *gays*.

Ao relatar o início de sua transformação, Porcina revela como, a um só tempo, ela aprendeu fazendo com o corpo e fez um corpo, produziu uma pessoa a partir das roupas que ela mesma fabricou. Nesse relato, a reconstrução da subjetividade torna-se clara, como também se explicita a perspectiva das identidades como artefatos que são produzidos nos espaços intersticiais e não em polaridades primordiais. Ou, de forma talvez mais radical, pode-se falar, com Donna Haraway que as subjetividades pós-modernas só podem ser apreendidas a partir da artificialidade do *cyborg*, sujeito entre, que confunde as fronteiras, é ambivalente e, mais importante, não é predeterminado, mas se produz, ou, nos termos dos transgêneros se monta.

> arranjei uma máquina de costura e aí comecei a fazer minhas roupas. Fui fazendo minhas roupas, como eu não tinha seios, eu fazia roupas com uns 'jabôs', assim, com umas coisas assim na frente, pra tapear, sabe, e umas calças largas, uns bons saltos. Depois eu comecei a tomar hormônio e em sete meses *eu fiz um corpo*, eu tinha um peito maravilhoso com sete meses, quadril, tudo, comigo foi muito rápido; tem pessoas que não, mas em mim foi muito rápido, em mim foi rapidíssimo, tem gente que demora, comigo, sete meses e eu tava com um corpo maravilhoso, seios lindos (...). Agora eu tenho silicone nos seios. (Porcina, travesti, Belo Horizonte)

A montagem requer a aprendizagem de um investimento no corpo. Ao fumar um cigarro de forma diferente, calculada, aprendida, Tânia Brasil se sente outra pessoa, pode-se dizer, incorpora outra pessoa, outra subjetividade. Travestis, transformistas, transexuais e *drag queens* são unânimes em contar sobre o estranhamento do início da transformação e a "naturalidade" dos seus gestos, trejeitos, voz, modo de andar, depois de algum tempo.

> no começo até eu achava estranho, sabe, quando você não tá acostumada com aquele tipo de roupa, daí com o tempo você vai acostumando, mas no começo até eu achava esquisito, porque eu nunca tinha usado esse tipo de roupa, né, então, tipo assim, você fica imaginando, é inse-

gurança, um pouco, da gente mesmo, né, a insegurança que você vai ficar pensando o que os outros vão achar, o que os outros vão pensar, eu tinha bastante isso, de uns tempos pra cá é que parou. (Duda, Travesti, Campinas)

Ah, é assim, eu falo assim com a Fernanda, eu estranho agora que eu voltei a ser Henrique, que eu tô com cara de homem, corpo de homem, eu ainda tenho peito, aí é esquisito pra mim e quando eu comecei a virar travesti também estranhava, porque crescia peito, né, corpo de mulher, cê estranha nos dois. (Henrique, Belo Horizonte)

A primeira coisa que chama atenção em qualquer pessoa do chamado universo *trans* é seu corpo montado. É a partir daí que esses sujeitos primeiramente exibem sua diferença e mostram como "outros". Ao construir cotidiana e ritualmente o próprio corpo, os transgêneros se expressam a si mesmos, significam, comunicando, por exemplo, a multiplicidade do gênero, as diferenças entre travestis, transformistas, transexuais, *drag queens* e, ao mesmo tempo, o que pode aproximá-las. É no diálogo entre tempo e intervenção corporal que suas distinções são expostas. A travesti, dizem elas, tem de ter peito de verdade, não vale espuma, o seio deve ser feito com hormônio, silicone ou água marinha e com esse peito[18] é possível a recorrente frase: "a travesti é mulher 24 horas por dia".

Transformistas e *drag queens* brincam com essa construção e, simultaneamente, com o tempo. De dia constrói-se um corpo masculino, que pode ter barba, largas camisas, sapatos baixos. A noite é o momento da elaboração do feminino, feito com espuma nos seios e

18 O seio, ou peito é uma metáfora. Como já foi explicitado, a construção corporal da travesti inclui depilação ou eletrólise, silicone em outras partes do corpo, uma, se não realizada, desejada cirurgia plástica no nariz etc. Além dos hormônios e silicone, a cirurgia plástica para afinar o nariz é considerada muito importante para a transformação em travesti e transexual. Ainda que muitas vezes a cirurgia seja mais "um sonho", um desejo. A maioria das travestis e transexuais com quem tive contato dizia que ainda não havia operado nariz, mas o faria assim que pudesse.

coxas, grandes e altos sapatos, equilibrados por pernas que não exibem mais pelos, mas meias. Apliques no cabelo, cílios postiços, maquiagem. O nariz não necessita de um cirurgião plástico é afinado no "truque", como elas dizem.

A transexual sabe que seu corpo também não está acabado, pronto. É preciso continuar tomando hormônios. Por outro lado – e paradoxalmente – tem mais do que as 24 horas das travestis, como se fosse feita *para sempre*. Este para sempre é representado pela cirurgia que constrói a genitália diferente daquela com a qual nasceram. O tempo aqui pode ser visto como alívio – libertação de algo incômodo em seu próprio corpo.[19] Mas também pode ser percebido em um sentido oposto, como castração, como a perda do que, para as travestis, é o seu maior "trunfo", a ambiguidade mais que exposta, exibida como objeto desejável.[20]

Ao imitar os trejeitos de mulheres e de outras travestis, transformistas, transexuais e *drag queens* e ao interferirem no próprio corpo – para que o aprendizado e a assimilação sejam percebidos não apenas a partir de trejeitos, mas também do próprio corpo esculpido – esses sujeitos podem ser pensados como incorporados. Por meio desse "corpo-significante", revelam que o corpo vai muito além do físico é um sistema-ação vinculado à experiência, à vivência cotidiana e à formulação da identidade pessoal e de uma nova subjetividade que mostra (por meio do controle do corpo) o que significa.

---

19 Ao pensar sobre a cura ritual em religiões pentecostais nos Estados Unidos e a incorporação, Csordas discute sobre o papel do demônio nessas religiões. Os demônios podem ser encontrados na vida cotidiana, afetando o pensamento e o comportamento, ou seja, são incorporados, presos nos corpos do fiel. E afirma: "A metáfora da prisão simultaneamente invoca uma condição material/corporal, como uma condição psicológica/espiritual dirigida à cura" (Csordas, 1990, p.16). É possível pensar nessa metáfora da prisão para a representação que os transexuais têm de seu corpo. "O feminino *preso* em um corpo masculino", possível de ser libertado em uma sala de cirurgia.

20 "... jamais quis me operar, me operar pra quê? Pra ficar frustrada? Como bicha frustrada? (...) uma coisa que nunca entrou na minha cabeça é esse negócio de operação, eu gosto de mim do jeito que eu sou..." (Rosa do Amor – travesti brasileira em Lisboa).

Travestis, transformistas, transexuais e *drag queens*, por estarem mais atentos ao próprio corpo, percebem-no mais acentuadamente como meio e fim de expressão, de ação, de identificação e de diferença. Entretanto, esses sujeitos querem dar a maior "naturalidade" possível a seus gestos, seu andar, enfim, sua performance.[21] Mas, como aponta Maria José Fazenda (1996, p.149), "naturalizar o corpo não o devolve à natureza, atribui-lhe uma (outra) identidade".

Para Fazenda, o conceito de incorporação é importante para um estudo sobre a dança, visto que trata o corpo como uma entidade participativa da cultura. Também para pensar os transgêneros essa noção se torna fundamental, pois travestis, transexuais, transformistas e *drag queens* tornam-se visíveis, em primeiro lugar, por meio do corpo que atua na construção do *self* e que significa uma intenção. O corpo como um "...instrumento com que se molda o mundo e substância a partir da qual (...) se entende o mundo" (Raposo, 1996, p.126).

Anthony Giddens critica a ideia de Michel Foucault do corpo concentrado na emergência do "poder disciplinar". Para o autor, essa abordagem é incompleta, já que não relaciona o corpo com a agência, como teria feito, antes, Merleau-Ponty.

> A disciplina corporal é intrínseca ao agente social competente; é transcultural, mais do que especificamente ligada à modernidade; e é uma característica contínua do fluxo de conduta na *durée* da vida diária. Mais importante ainda, o controlo rotineiro do corpo é parte integrante da própria natureza tanto da agência como do ser-se objecto da confiança dos outros em ver-nos como competentes (Giddens, 1997, p.53-4).

Ao abordar a incorporação como paradigma da antropologia, Csordas (também retomando essa ideia de Merleau-Ponty e Bourdieu) quer demonstrar que o corpo não é objeto, mas sujeito da

21 As *drag queens* não se preocupam tanto com esta "naturalidade", uma vez que sua *performance* e a própria "montagem" se pretendem mais exageradas, teatrais, caricaturais.

cultura e, como tal, faz parte da vida cotidiana e, ao mesmo tempo em que afeta o pensamento e o comportamento, é afetado por eles. Ou seja, o corpo e (a incorporação) é reconhecido como base da experiência e, assim, não há uma separação entre corpo e mente. "O nosso corpo é o nosso modo de ser-estar no mundo" (Almeida, 1996, p.12). O corpo é parte da construção da autoidentidade, inclusive porque é por meio dele que a pessoa se mostra. Por exemplo, a partir do vestuário, do estilo de andar, tocar, falar.

> A abordagem que eu proponho certamente não nega a problemática da biologia e da cultura, mas esta mudança de perspectiva oferece uma problemática adicional (...) dizer que a realidade é psicológica não carrega mais uma conotação mental, mas define a cultura como incorporada. (Csordas, 1990, p.36-7)

Em geral, também é a partir do corpo, ou melhor, de sua aparência, que pode ser operada a distinção entre homens e mulheres. Mas os transgêneros vêm desestabilizar exatamente essa dicotomia essencializada e o fazem por meio do próprio corpo, da incorporação. Diante deles, muitas vezes, não é possível definir de que sexo se trata. Giddens retoma os estudos de Garfinkel sobre o gênero, a partir do caso de Agnes, a transexual e discute sobre a relação entre o corpo e as características sexuais.

> O caso de Agnes (...) demonstra que ser um 'homem' ou uma 'mulher' depende de uma monitorização crónica do corpo e dos gestos corporais. Não existe de facto um só traço corporal que separe todas as mulheres de todos os homens. Apenas aqueles poucos indivíduos que tiveram qualquer coisa como uma experiência completa de pertença a ambos os sexos podem avaliar totalmente quão penetrantes são os pormenores da demonstração e da gestão com que género é feito (Giddens, 1997, p.59).

Ao utilizarem o termo "montar", travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais revelam o que foi dito acima, mas não no sentido da evidência da distinção homem/mulher. O corpo, como o gênero e

as identidades, não é natural. A noção de "montar" indica uma ação, esculpir, na qual o corpo é construído dia a dia com prazer, mas também com dor, em sessões de eletrólise para acabar com os pelos que não param de crescer, com injeção de silicone industrial, com maquiagem, meias, espumas, no "truque" ou na sala de cirurgia.

A incorporação e o simulacro falam também sobre *mimesis*. E, creio, ambas as ideias se encontram ainda na noção de hiper-realidade. Travestis, transformistas, transexuais e *drag queens*, de algum modo, hiper-realizam seus corpos. Não imitam mulheres, mas agem – com seu próprio corpo – de forma a desestabilizar o gênero.[22] Mas nessa desestabilização, e com alto grau de performatividade, esses sujeitos nos revelariam atitudes ambíguas, por meio de suas falas, gestos, maneira como se veem e veem o "outro". A um só tempo embaralham a dicotomia – em *performances* de gênero – e a reclamam, para si por meio de um discurso mais próximo da "naturalização" da diferença sexual binária, revelando a atribuição social como um aspecto também fundamental na experiência.

Nome, corpo, pessoa

A escolha do novo nome dos transgêneros não é sempre regular. Alguns escolhem, eles próprios, outros são "batizados"[23] por ami-

---

22 "O travesti não é um imitador de mulher, assim como a fotografia não é uma duplicata do real sensível. Tal confusão remonta à questão da *mimese*. (...) se o travesti inicialmente imitou uma mulher foi para livrar-se dela, como um dia se livrou do homem. A repetição sistemática – o ensaio – acaba por transformar o material: revela outro que não o referente. Se a congruência fisionômica garantisse a transformação de um homem em mulher, o travesti não apareceria tão problematicamente em nossa cultura. As categorias homem e mulher ali já não têm eficácia, alternando-se em vertigem para o observador. Não se trata de uma mera oposição. Ultrapassa isso porque nele o corpo experimental, e jamais terminado, é sedução aberta" (Cabral in Denizart, 1997, p.15).

23 Carmen fez questão de reunir amigos em sua casa para a escolha do nome. "Nossos nomes não são escolhas nossas. Ganhamos um dos pais, ao nascer, portanto não queria ser eu mesma a escolher meu novo nome e ficou Carmen".

gos, alguns utilizam o nome de uma estrela da música, cinema ou televisão. Mas, muitas vezes, os transgêneros trocam de nome já depois de transformados. Nessa troca, a "outra pessoa" torna-se explícita, significa.

Nesse momento, Michelle, fala sobre os seus nomes.

> Chamava Cindy e no programa Verônica, mas aí ficou Michelle, porque nesse dia do réveillon mesmo, eu dormi lá. Aí eu conheci um menino, ele chama Alexandre, ele foi meu primeiro amor, e ele, assim, apaixonou, falou que eu parecia com a ex-namorada dele, não sei o que, e aí falou: 'ah, cê vai chamar Michelle. Ele que me deu o nome. Mas no programa eu dava Verônica para os caras, porque todo mundo tem um nome, assim, cê nunca dá o seu nome no programa. Sempre dá outro, porque se tiver algum problema, sabe, aí, não, meu nome é esse.

As travestis e as transexuais podem trocar o nome, mas geralmente os mantêm femininos e preferem ser chamados pelos pronomes femininos. Transformistas, montadas, *drag queens*, diferentemente, possuem dois nomes. O feminino só é utilizado quando estão montadas. "De dia", o nome é masculino e essas pessoas, quando montadas, podem se apresentar com os dois nomes: Yoko/Ricardo, Tânia Brasil/Guto, Luna/Ricardo, por exemplo.

Para Csordas (1990), analisar a percepção e a prática com base no corpo permite o fim das diferenciações convencionais entre sujeito e objeto e, assim, os objetos culturais passam a ser vistos como inacabados, indeterminados, constituídos e reconstituídos por toda a vida. Pensar a incorporação dos transgêneros também a partir dos nomes e pronomes utilizados por eles, leva-nos, de certa maneira, a essa compreensão da pessoa como inacabada. Pela forma como se apresentam – por ele, ela; ele/ela – os transgêneros revelam a ação constante de construção e reconstrução de seus nomes, gêneros, identidades, corpo. Da mesma forma que o corpo não está acabado, a pessoa também não está e essa indissociação se torna clara aqui por meio da descontinuidade de seus próprios nomes. Mesmo que essa descontinuidade não seja infinita, uma vez que a experiência dos

sujeitos – como evento discursivo (Scott,1999) – não está presa a uma única ordem de significados, só acontece dentro de significados estabelecidos histórica e socialmente.

Concluindo

Para pensar sobre esse universo aqui discutido, é possível formular algumas perguntas: tornar-se transgênero é uma escolha? Se sim, essa escolha pode apresentar limites, se pensarmos na experiência social? Quais as diferenças e pontos em comum nessas construções femininas em um corpo a princípio masculino? Como ocorre essa "significação-mulheres" e suas ressignificações e criação de novas categorias de gênero?

A montagem, parece-me, atravessa todas essas questões, pois essa ação informa sobre gênero, identidade e incorporação. É por meio do que chamam de montagem que eles vão produzindo e reproduzindo femininos performáticos, revelando a multiplicidade do gênero, mas também explicitando – por uma (re)organização da duplicidade – que a ideia não só do gênero, mas também do sexo, como estrutura binária pode ser "alucinada" na ação, mas com limites, limites esses que são incorporados ao longo da vida. Ou seja, se a duplicidade é vivida como constituinte do reconhecimento do sexo – homem ou mulher –, travestis, transformistas, transexuais e *drag queens* mostram que a questão é mais complexa, embora, por outro lado, assumam também esse discurso.

Sua transformação pode, então, ser pensada de algum modo como escolha, entretanto, existem limites nessa escolha que estariam colocados no social. Moore (1994) afirma a existência de uma experiência individual que estaria além do discurso social e cultural, mas enfatiza também que o masculino e o feminino são identidades incorporadas. O que a autora quer dizer com isso? E, mais especificamente, qual a relação entre experiência, incorporação, diferença sexual, gênero e transgênero? Para discutir essas questões, a definição de gênero de Strathern é uma contribuição importante.

> Por gênero eu entendo as categorizações de pessoas, artefatos, eventos, sequências e tudo o que desenha a imagem sexual, indicando os meios pelos quais as características de masculino e feminino tornam concretas as ideias das pessoas sobre a natureza das relações sociais. (Strathern, 1988, p.ix)

Percebe-se que, para a autora, essa categoria não se refere apenas a homens e mulheres, mas, de todo modo, fala de categorias de diferenciações que estão inscritas no corpo, pois o que é percebido é o que desenha a imagem sexual. A imagem sexual dicotômica (homem/mulher, masculino/feminino) está incorporada nos sujeitos "ocidentais" e, então, está incorporada nas travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais. Entretanto, ao montar seu corpo, esses sujeitos multiplicam o próprio "desenho" da imagem sexual. Diante de uma travesti, estamos diante – concretamente – de que imagem, masculina ou feminina?

Como espero ter ficado claro, em sua construção, esses sujeitos revelam uma nova subjetividade difícil de ser interpretada a partir de diferenças polarizadas. Mesmo quando se posicionam como um "nós" frente aos "outros",[24] revelam a transitoriedade dessa identidade. Montando performativamente a pessoa, demonstram-se como situados em um interstício ou em entretempos/lugares, para falar com Bhabha (2001). Em sua produção, mostram a ambivalência da chamada subjetividade pós-moderna, fabricada entre o desejo da definição e sua alucinação. Nessa ação, problematizam a relação entre sexo e gênero, ora tratando-os como uma e a mesma categoria, ora explicitando sua diferença e, talvez mais importante, colocando ambas as categorias como inacabadas. Assim, mostram o alcance da afirmação de Moore de que existe uma experiência individual, sim, mas ela só pode ser apreendida por meio do social. A experiência de

---

24 Outros – no plural – porque transgêneros ora se identificam como um "nós", frente ao "não transgênero", ora se diferenciam entre si, e então a travesti é "o outro" da transformista, da transexual, da *drag queen*, a transformista é "o outro" da travesti, da transexual, da *drag queen* e assim sucessivamente.

travestis, transformistas, *drag queens*, transexuais, aponta para a subversão das normas binárias e heterossexistas da matriz sexual (Butler, 1990), por outro lado, nas relações sociais, os próprios transgêneros podem reafirmar (ainda que mais no discurso do que na ação) essa norma binária.

Kofes (1996) afirma que um dos aspectos fundamentais do gênero para pensar as relações sociais refere-se ao fato de que essa categoria tanto pode revelar a crença de uma oposição dicotômica entre os sexos, quanto embaralhar esta oposição. Travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais ora operam com essa dicotomia, ora a explodem, construindo performaticamente sua subjetividade.

> O que é um transgender, um transgender é uma palavra, não é nada mais do que isso. *É uma palavra onde estão englobados vários géneros diferentes, que são aqueles géneros que não se enquadram naquilo que é socialmente correcto: que é o género masculino e o género feminino. Estes são os que, socialmente são os únicos aceitos, há no entanto muitos outros*, como seja: os transexuais, os travestis, os cross-dresser, os, os andróginos e os hermafroditas. Isto é uma palavra, é uma única palavra que engloba vários géneros, que não o masculino e o feminino e que podem ser inclusivamente os dois, juntos. (Jó Bernardo, transexual secundário,[25] Lisboa)

> eu me acho normal, eu me acho uma pessoa normal. Por que que eu digo que eu sou normal? Tem gente que fica apavorada. A Sheila mesmo, que morou comigo, ficava apavorada de eu sair na rua assim, *eu digo, meu deus do céu, isso aqui é um body, isso foi feito para mulher usar, porque existe confecção masculina, feminina e infantil, não existe confecção para travesti*. Se foi feito pra mulher usar, por que que eu não posso usar e sair na rua? O que que impede? Tudo isso aqui, exceto essa blusa, que fui eu que confeccionei, mas é um camisão – eu tenho uma loja de costura – o sapato foi feito pra mulher, essa calça, o body e muitas outras roupas que eu compro prontas, *não existe confecção para travesti. Por que que a mulher pode usar e eu não posso?* Então o que que acontece, a maioria dos travestis tem vergonha de si próprio, não se assume, tem

25 O que no Brasil é chamado travesti.

> vergonha de sair na rua, tem vergonha das pessoas olharem. Eu não tenho vergonha, eu detesto passar na rua e ninguém me ver, se isso acontece eu penso, meu Deus, que loucura, ninguém me viu, eu tô morta! Eu quero que me vejam, que me enxerguem, que digam: 'ô peituda, ô gostosa', já me chamaram de maminhas assassinas (risos), juro... (Porcina, travesti, Belo Horizonte)

De certa forma, por meio das falas de Porcina e Jó, pode-se pensar que o gênero e as identidades são múltilplos, mas nem sempre essa multiplicidade é aceita se for incorporada – no sentido de que feita pelo corpo e nele observada – de maneira tão visível e percebida como "diferente". Diferente de quê? Exatamente da imagem dúplice do sexo. Transgênero é apenas uma palavra, diz Jó, mas palavra é comunicação, logo, tem significado e o que essa palavra significa passa por hierarquia, assimetria, não aceitação, não existência. E é a própria Jó que afirma isso, ao completar a frase: "É uma palavra onde estão englobados vários géneros diferentes, que *são aqueles géneros que não se enquadram naquilo que é socialmente correcto*: que é o género masculino e o género feminino". Também é isso que Porcina está dizendo, quando afirma: "eu sou normal!" E, mais adiante: "existe confecção masculina, feminina e infantil, não existe confecção para travesti". Ou seja, ambas estão sugerindo que, embora existam, travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais podem não ser traduzíveis para a nossa sociedade: socialmente não aceitos, é como se não existissem. E essa não tradução estaria vinculada justamente à alucinação dessa duplicidade da diferença sexual e de gênero.

Bhabha retoma Benjamin para refletir sobre a liminaridade da tradução na cultura migrante que, para ele, estaria no entrelugar e afirma que "A tradução é a natureza performativa da comunicação cultural" (Bhabha, 2001, p.313), ou seja, refere-se à linguagem posicionada que revela a fragmentação das diferenças tradicionais polarizadas, substituindo-as por uma subjetividade que dá conta da transitoriedade.

Se teoricamente é possível pensar a tradução cultural, nas relações sociais tal tradução – pelo menos para alguns casos, como o dos

transgêneros – revela-se ainda como utópica. Embaralhar ou subverter (e explicitar essa subversão no corpo, esteticamente) as dualidades de gênero acaba por deixar essas pessoas como intraduzíveis. Talvez por dar conta desse "estrangeirismo", é que travestis, transformistas, transexuais e *drag queens* ao mesmo tempo que querem subverter a dicotomia, reorganizam-na também em termos binários, revelando (e sentindo) a tensão na categorização de sexo e gênero das sociedades ocidentais.

Se esses sujeitos estão situados em um "entrelugar" que redefine as ideias de tempo e espaço, também querem, muitas vezes, incluir-se em um tempo e espaço determinado, tradicional? Se podem ser observados como um *cyborg*, que reescreve performativamente o corpo e a pessoa e, nesse sentido, desestabiliza a ideia de uma identidade determinada, por outro lado, por meio da formulação reflexiva de uma identidade podem se unir em uma comunidade e partilhar significados. Tais significados podem dar sentido tanto à fluidez quanto a seus limites, podem transcender as diferenças sexuais, mas também dualizá-las. A tensão do sexo e do gênero torna-se explícita em sua performance, uma vez que eles também lidam *com* e introjetam a forma de pensar a diferença sexual características do ocidente, as atribuições binárias do gênero. Assim, para compreender travestis, transformistas, *drag queens* e transexuais e a forma como elas ressignificam o gênero, é fundamental pensar em sua experiência, processual e intersubjetiva, portanto, nunca idêntica, mas, ao contrário, lugar da diferença. E da diferença construída e vivida relacionalmente, ou seja, atravessada por outras distinções e desigualdades, corporais, de gênero, de classe etc.

A ideia de incorporação é heurística para a reflexão dessas questões. Na montagem, os transgêneros constroem corpo e mente, *fazem* a pessoa. Seu corpo pode ser visto como a marca da pessoa, pois é por meio desse corpo que eles se diferenciam e expressam a alteridade e, mais do que isso, o corpo – e, então, o sujeito – é transformável, performativo, tanto no sentido de que expressa algo, como naquele de que acrescenta a transitoriedade ao sujeito. Ao tratar do perspectivismo ameríndio, Viveiros de Castro (1996,

p.131)[26] diz que os "... corpos ameríndios não são pensados sob o modo do fato, mas do feito. Por isso a ênfase nos métodos de fabricação contínua do corpo". É possível pensar que travestis, transformistas, transexuais e *drag queens* utilizam seu corpo também como *feito*, mas nunca terminado. É um fazer e refazer constante. Analogamente aos ameríndios, fabricam continuamente o corpo e, com isso, a pessoa.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, M. V. *Senhores de si:* uma interpretação antropológica da masculinidade. Lisboa: Fim de Século, 1995.

______. "Corpo Presente: antropologia do corpo e da incorporação", ______. (Org.). *Corpo presente*. Oeiras: Celta Editora, 1996b, p.1-22.

BENEDETTI, M. *Toda feita*: o corpo e o gênero das travestis. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

BUTLER, J. Variações sobre sexo e gênero: Beauvoir, Wittig e Foucault. In: BENHABIB, CORNELL (Org.). *Feminismo como crítica da modernidade:* releituras dos pensadores contemporâneos do ponto de vista da mulher. Rio de Janeiro, Rosa dos Tempos, 1987.

______. *Gender Trouble:* feminism and subversion of identity. New York: Routledge, 1990.

______. Deeking Out: performing identities. In: FUSS, D. (Ed.). *Inside/Out, Lesbian Theories, Gays Theories*. New York: Routledge, 1991.

______. Gender is Burning: questions of appropriation and subversion, MCCLINTON, M., SHOHAT (Org.). *Dangerous liaisons*: gender, nation and postcolonial perspective, p.391-5, University of Minnesota Press, Minneapolis, London, 1997.

26 A discussão de Viveiros de Castro refere-se à perspectiva ameríndia da relação entre natureza e cultura, utilizo o exemplo, apenas para referir-me à analogia que pode haver entre a montagem de travestis, transformistas *drag queens* e transexuais e a fabricação corporal dos ameríndios.

CSORDAS, T. Embodiment as a paradigm for anthropology. *Ethos*, v.1, n.1, p.5-47, march, 1990.

DENIZART, H. *Engenharia erótica:* travestis no Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

DUFRENNE, M. *Estética e filosofia*, São Paulo: Perspectiva, 1981.

FAZENDA, M. J. Corpo Naturalizado. In: ALMEIDA, M. V. (Org.). *Corpo presente:* treze reflexões antropológicas sobre o corpo. Oeiras: Celta Editora, 1996.

GIDDENS, A. *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras: Celta, 1997.

GUTEERES, L. O corpo carnavalesco. In: LEAL, O. F. (Org.). *Corpo e significado:* ensaios de antropologia social. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1995. p.295-304

HALBERSTAN, J. *Female masculinity*. London: Duke University Press, 1998.

HARAWAY, D. *Ciencia, gyborgs e mujeres:* la reinvención de la naturaleza. Madrid: Cátedra, 1991.

JAYME, J. G. *Travestis, transformistas, drag queens, transexuais: personagens e máscaras no cotidiano de Belo Horizonte e Lisboa*. Tese de Doutorado, Campinas: Unicamp, 2001 (datilo.).

______. *Clones, bárbaros, replicantes – Argonautas estéticos:* imitação e simulacro nas relações sociais contemporâneas. Dissertação de Mestrado, Campinas: Unicamp, 1996 (datilo.).

KOFFES, S. Categorias analítica e empírica: gênero e mulher, disjunções, conjunções e mediações. In: *Cadernos Pagu*: de trajetórias e sentimentos. p.19-30, Campinas: Pagu – Núcleo de Estudos de Gênero/Unicamp, 1993.

KULICK, D. *Travesti:* sex, gender and culture among Brasilian transgendered prostitutes. Chicago: The University of Chicago Press, 1998.

______. Causing a commotion: scandal as resistance among Brasilian travesti prostitutes. In: *Anthropology Today* 12 (6): 3-7, 1996.

LAQUEUR, T. *La construcción del sexo. Cuerpo y género desde los griegos hasta Freud*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1994.

MOORE, H. *A passion for difference.* Cambridge: Polity Press, 1994.

OLIVEIRA, N. M. *Damas de paus:* o jogo aberto dos travestis no espelho da mulher. Salvador: Centro Editorial e Didático da UFBA, 1994.

RAPOSO, P. Performances Teatrais. In: ALMEIDA, M. V (Org.). *Corpo presente:* treze reflexões antropológicas sobre o corpo. Oeiras: Celta Editora, 1996.

RITO, L. *Muito prazer, Roberta Close*. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 1998.

SANTOS, B. de S. *Pela mão de Alice:* o social e o político na pós-modernidade. 6.ed. Porto, Edições Afrontamento, 1997.

SCOTT, J. Experiência. In: SILVA; LAGO; RAMOS (Orgs.) *Falas de gênero*. Ilha de Santa Catarina: Ed. Mulheres, 1999, p.21-56.

SILVA, H. *Travesti:* a invenção do feminino, Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1993.

STOLLER, R. *A experiência transexual*. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1982.

STRATHERN, M. *The gender of the gift*: problems with women and problems with society in Melanesia. Berkley: University of California Press, 1988.

______. *O gênero da dádiva:* problemas com as mulheres e problemas com a sociedade na Melanésia. Campinas: Editora da Unicamp, 2006.

VIEGAS, S. de M. Pessoas presentes, pessoas ausentes. In: ALMEIDA, M. V. (Org.). *Corpo presente:* treze reflexões antropológicas sobre o corpo. Oeiras: Celta Editora, 1996.

VIVEIROS DE CASTRO, E. Os pronomes cosmológicos e o perspectivismo ameríndio. In: *Mana:* estudos de antropologia social, v.2, n.2, Rio de Janeiro: Contra Capa, 1996, p.115-44.

8
Exótica, erótica e travesti: nacionalidade e corporalidade no jogo das identidades no mercado transnacional do sexo[1]

Larissa Pelúcio[2]

Hilda Brasil, travesti brasileira que passou uma breve temporada na Espanha, aparece em uma sequência de fotos postadas em um dos sites mais prestigiados pelos clientes daquele país dançando e divertindo-se pela noite de Barcelona. Seu acompanhante é um dos donos daquele famoso site e é dele também a matéria que apresenta Hilda como um "*angel de curvas delicadas y discretas*".

A divulgada suavidade de Hilda parece não quitar o que nela é sensual e provocativo, pelo menos na opinião dos "*foreros*" (é desta forma que os frequentadores do fórum que se encontra no site em questão se nomeiam). Assim, muitos deles mostram-se interessados em conhecê-la, ressaltando nos comentário sua graciosidade, fazendo do sobrenome de Hilda um certificado de

---

1 Este texto traz uma reflexão inicial da pesquisa que realizo junto ao projeto temático "Gênero, corporalidades", o qual desenvolvo sob a supervisão de Adriana Piscitelli, no Núcleo de Estudos de Gênero Pagu como bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Parte dos dados apresentados aqui provém de trabalho etnográfico realizado nas cidades de Madri, Barcelona e Lisboa, e de incursões quase diárias a algumas guias eróticas espanholas e portuguesas.

2 Pesquisadora do Núcleo de Estudos de gênero Pagu/Unicamp.

sensualidade espontânea e insaciável, mais do que uma referência geográfica.

Em uma outra guia erótica, dessa vez portuguesa, Yasmyn Brasil anuncia-se como "bem meiguinha, paciente e carinhosa... uma autêntica BOMBA na cama, super viciosa, louca por sexo". Confirmando os estereótipos ancestrais que habitam as relações entre Portugal e sua ex-colônia, Yasmyn mostra-se "autêntica",[3] pois como brasileira ela é naturalmente fogosa. Como a sua terra, ela é selvagem (uma bomba), mas dominável (meiguinha, paciente e carinhosa). As referências ao Brasil vão além de seu sobrenome, aparecem também em algumas fotos que ilustram o anúncio, onde Yasmyn pousa adornada por penas de papagaio e estrelas lilases grudadas estrategicamente ao longo de seu corpo, que ganha assim, elementos que o tornam, sobretudo "natural", ainda que para isso seja preciso impregná-lo de signos culturais que remetem a Amazônia e aos trópicos. Nesse jogo de sedução, como costuma ser aquele que ocorre no campo do comércio, Yasmyn mobiliza a seu favor as imagens simplificadas, mas potentes, sobre o Brasil.[4]

---

3 Adriana Piscitelli (2002) discute a importância da noção de autenticidade para alguns clientes que viajam para países do chamado "terceiro mundo", em busca de sexo com mulheres nativas. O "autêntico" traria uma espécie de garantia de que eles estariam usufruindo de um tipo de experiência "descontaminadas" dos valores superficiais e frívolos que julgam permear as relações sexuais em seus países de origem. Faz parte também dessa discussão a distinção entre a viagem como uma experiência exploratória e de descobertas que promovem um crescimento pessoal a partir do contato com o Outro e sua cultura, *versus* o turismo, atividade vista por alguns autores como pasteurizada, uma simulação do que seria de fato autêntico no lugar visitado.

4 Nas palavras de Homi Bhabha (1998, p.105), "um aspecto importante do discurso colonial e sua dependência do conceito de 'fixidez' na construção ideológica da alteridade. A fixidez, como signo da diferença cultural! histórica/racial no discurso do colonialismo é um modo de representação paradoxal: conota rigidez e ordem imutável como também desordem, degeneração e repetição demoníaca. Do mesmo modo, o estereótipo, que e sua principal estratégia discursiva, e uma forma de conhecimento e identificação que vacila entre o que está sempre 'no lugar', já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido".

Antes de prosseguir, considero importante esclarecer que o campo desta pesquisa foi bastante reduzido em Portugal e limitou-se a uma breve incursão na cidade de Lisboa, assim, as informações sobre aquele país provêm mais da pesquisa em sites e fóruns na internet do que de um convívio entre as travestis e clientes naquele país, o que, certamente, limita algumas análises. Por isso, centro-me mais na cena espanhola, onde o campo foi mais prolongado.

Instigada por esse campo entre sites e cidades, pelas conversas com clientes e contatos com travestis que estão neste momento se prostituindo na Europa, começo a pensar, ainda que de maneira um tanto ensaística, sobre cultura sexual, corpos que se movem, identidades que estrategicamente jogam com estereótipos, gênero que se racializam, nacionalidades que se sexualizam, desejos transnacionais e gramáticas eróticas.

"Para entender as relações das imagens sobre o Brasil com a inserção das brasileiras no mercado transnacional do sexo é necessário prestar séria atenção aos cenários nos quais as convenções eróticas se materializam", sublinha Adriana Piscitelli (2007, p.19). É o que busco fazer na próxima seção, privilegiando os espaços virtuais de interação entre clientes, e deste com as travestis.

Sexualidades racializadas, "raças" sexualizadas

O corpo da travesti é hoje na Espanha (e acredito que também em Portugal) um corpo que fala do Brasil. O país aparece no discurso de alguns dos clientes com os quais mantenho contato,[5] como uma

5 Neste momento, a maior parte deles é composta por espanhóis, com os quais mantenho contato via MSN e e-mails. Ao longo dos três meses em que fiz pesquisa etnográfica na Europa estive pessoalmente com quatro deles, sendo apenas um português. O fato de trabalhar com a clientela travesti desde a pesquisa de doutorado (transformada no livro *Abjeção e desejo – uma etnografia travesti*

terra desafiante, que convida à aventura, mas também como "uma usina de produzir travestis". Sites especializados em serviços sexuais prestados por travestis ajudam a reforçar essa percepção.

Na última atualização de seu catálogo de anunciantes (consulta feita em 17/9/2009), o *Taiaka Shemale*, um dos sites espanhóis que tem o maior número anunciantes travestis, exibia fotos de 226 profissionais do sexo. Entre as que declaravam sua nacionalidade (206), 151 eram brasileiras.[6] Uma destas é Amanda Beckman, que se anuncia como sendo dona de um "*lujoso culazo* [bundão] *a lo brasileño*". A associação de um estilo corporal, no caso as nádegas protuberantes, a uma nacionalidade específica, generifica o país, o Brasil, uma vez que a bunda, seja ela de uma mulher biológica, de um rapaz ou de uma travesti, é um atributo associado ao feminino, pois é dada à penetração. Nádegas grandes como marca de uma nacionalidade remete a traços raciais, tão solidamente difundidos e assentados no imaginário popular pelos espetáculos públicos, que na Europa e Estados Unidos, apresentavam corpos assombrosos: as crianças astecas, a menina-macaco do Laos, o mongol. Dentre estes corpos "maravilhosos" figurou a Vênus Hotentote, uma mulher africana, de 1,35 metro que, no início do século XIX, assombrava os europeus com suas nádegas muito protuberantes.[7]

> A apresentação em jaula realçava-lhe a natureza supostamente perigosa e selvagem, a qual se associava a noção de sexualidade também perigosa, incontrolável. Para Stephan Jay Gould, a fama da Vênus Hotentote como objeto sexual provinha justamente das duas caracte-

---

sobre o modelo preventivo de aids, São Paulo, Editora Annablume, 2009) foi um grande facilitador para essas aproximações.

6 Nas duas guias portuguesas consultadas, as nacionalidades das travestis não estão explicitadas. Algumas declaram sua origem, quase sempre brasileiras. As portuguesas também costumam valorizar sua procedência. Não encontrei anúncios de latino-americanas hispanofalantes nas guias eróticas portuguesas.

7 Para uma discussão mais aprofundada sobre os corpos exóticos, racializados e espetacularizados ver Leite Júnior (2006) e Rago (2008).

> rísticas que seu próprio apelido realçavam, ao combinar uma suposta bestialidade ("hotentote") com a fascinação lasciva ("Vênus"). O interesse lascivo despertado pelas apresentações de Sarah [a Vênus Hotentote] fica explícito nos inúmeros cartuns que focalizavam suas nádegas. (Citele apud Ragor, 2008, p.164)

Na Espanha contemporânea, a sexualização das travestis não se separa de uma racialização desses corpos. Os corpos "maravilhosos" das travestis, cuidadosamente preparados por elas para serem expostos em páginas da internet, jogam com as convenções de gênero e raça de maneira que os persistentes estereótipos que compõem a gramática erótica colonial joguem a seu favor. Assim, ser "morena exótica", na linguagem telegráfica dos anúncios que as brasileiras fazem nas guias eróticas *on-line*, significa ser mestiça e, numa associação que remonta discursos científicos de vieses evolucionistas, ter pênis grande.[8] Sara, travesti brasileira que vive em Barcelona, faz de sua negritude um diferencial para o marketing pessoal. Anuncia-se como sendo dona de uma "beleza negra" e de um "dote", isto é, de um pênis, de 26 x 6. Ela ri quando conta que este é um tamanho exagerado, que não corresponde à verdade. O que o torna crível é justamente a expectativa que os europeus têm em relação a uma genitália negra diferente da branca.[9]

É interessante verificar que muitas travestis com as quais tenho contato, aprenderam no convívio com a clientela espanhola e nos fóruns de discussões específicos, que ao olhar daqueles homens elas não incorporam o mesmo tipo de latinidade daquelas

8 Cecília Patrício (2008, p.154 e 157) em sua tese sobre a construção da identidade de "europeia" entre as travestis brasileiras também chama atenção para a expectativa gerada entre a clientela espanhola de que as travestis, sendo mestiças, terão órgãos sexuais grandes.

9 Como forma de valorizar e referenciar a genitália avantajada muitas travestis negras que trabalham na Espanha adotam o sobrenome de Anaconda, em referência a cobra mítica e enorme que habitaria a selva Amazônica e que ficou famosa a partir de um filme produzido em 1997, por Luis Llosa, com a norte-americana- latina Jennifer Lopez.

travestis que são originárias das ex-colônias espanholas. Assim, reforçam essas marcas a partir de uma série de signos que possam diferenciá-las mobilizando imagens sobre o Brasil que circulam mundialmente e ganham significados específicos em cada localidade. Em país como a Espanha, cujos ídolos do futebol nacional são brasileiros, Tahra Wells anuncia-se deitada sobre uma bola que repousa em gramado, vestida com uma minicamiseta da seleção brasileira e um biquíni que reproduz as cores verde e amarelo da bandeira. Sua pele bronzeada e seus longos cabelos negros não podem ser, assim, confundidos com de uma colombiana ou porto-riquense.

Na produção dessas imagens, as travestis procuram marcar em seus corpos referências étnicas, ao mesmo tempo que, paradoxalmente, buscam uma branquitude ligada ao *glamour* e à sensualidade, a partir de referências mundializadas pelos apelos de Hollywood. Mais do que mero pastiche, elas mostram, na escolha das poses, dos adereços e das palavras com as quais se apresentar um uso imaginativo desses signos.

Arjun Appadurai cunhou o conceito de "imaginação" a fim de descrever um fenômeno típico da globalização pós-moderna, quando os fluxos de ideias, imagens, coisas e pessoas se intensificam permitindo uma rápida circulação de informações que estimulam ideias, evidenciam desigualdades, colocam em xeque verdades locais, tornam localidades nacionais espaços transnacionais (cito como exemplo brasileiro a cidade mineira de Governador Valadares). Tudo isso faz da "imaginação" uma parte crítica da vida cotidiana e coletiva, como também uma forma de trabalho.

> Isto significa que a vida social cotidiana das comunidades em todo o mundo criou novos recursos para o funcionamento da imaginação em todos os níveis de ordem social. A imaginação expressada com força nas pautas de consumo, de estilo e gostos deixou de ser um assunto individual, de escapismo da vida cotidiana ou simplesmente uma dimensão da estética. Trata-se de una faculdade que intervém na vida cotidiana das pessoas normais de diversas maneiras: é a faculdade que permite às

> pessoas considerar a emigração como remédio para resistir à violência do Estado, buscar compensações sociais e desenhar novas formas de associação cívica e colaboração, quase sempre, além das fronteiras nacionais. (Appadurai, 1999, tradução da autora)

Esse tem sido o movimento feito por várias travestis brasileiras. Elas imigram na busca de vidas mais habitáveis, ainda que indocumentadas, uma vez que muitas delas não conseguem se legalizar. A fim de se manterem mais seguras e poderem trabalhar, as travestis desenvolveram uma série de estratégias capazes de assegurar sua permanência na Europa. Algumas conseguem, muitas falham.

Essas estratégias passam pelo uso sistemático da internet, por onde elas descobrem formas de assegurar um lugar para si fora do país, formar uma rede de contatos, aprender sobre a dinâmica do mercado do sexo de cada país e mesmo sobre como agir na aduana. Nos fóruns e inúmeras plataformas de sociabilidade da web, as travestis trocam informações, agendam programas com clientes, pedem dicas para as mais experientes e para os homens dispostos a ajudá-las. Esses meios permitem também que se "queime" a imagem de um desafeto (seja ele travesti, cliente, um empresário ou empresário da indústria do sexo) ou que se promovam para além do que os anúncios de seus serviços prometem.

A participação atuante em fóruns pode render, por exemplo, o título de "*miss* do mês" em alguns deles. Título que confere visibilidade e confiabilidade. No *Taiaka Shemale*, um dos espaços onde esse tipo de premiação acontece, cinco brasileiras foram consecutivamente consagradas "miss". Esse tipo de reconhecimento também ajuda a marcar as linhas de fronteira entre as brasileiras e demais latinas. Recurso necessário para se diferenciarem de tantas outras "morenas exóticas" que são colombianas, equatorianas, venezuelanas, cubanas.

O *glamour*, categoria nativa que expressa sucesso na feminilização, o reconhecimento público de suas qualidades, sobretudo artísticas e criativas e a possibilidade de materializar isso em bens que remetem ao consumo de luxo, tem sido entre as travestis brasileiras

um operador capaz de se contrapor à abjeção. Ou seja: à negação sistemática da legitimidade de suas vivências e escolhas, da desumanização de que são alvo e que justifica a violação de seus corpos que leva, quase sempre, à pobreza e a mortes prematuras. A Europa vem sendo construída pelos discursos de muitas travestis como um contraponto a toda essa realidade. Por isso que ela, a Europa, é "luxo". Um termo que se tomado como categoria analítica e não só como categoria êmica remete a outra expressão recorrente em seus discursos como "europeias": aqui eu sou respeitada.[10]

Por este prisma, afastar-se das equatorianas, nacionalidade extremamente desvalorizada pela média da população espanhola, torna-se bastante estratégico para as brasileiras, que procuram, em contraponto, construir em torno de si uma imagem que pode ser lida como de estudada superioridade, seja frequentando os lugares mais caros e prestigiados da noite espanhola, divulgando intensamente no Orkut fotos de suas viagens mundo à fora, vestindo-se com roupas de grifes (mesmo que sejam falsificadas) e se anunciado como "tops", isto é, mais sofisticadas, bem-sucedidas no mercado do sexo e valorizadas pelos clientes. Atitude que um frequentador dos fóruns especializados classificou de "divismo". Isto é, sentem-se divas e por isso agem com arrogância, esnobando as outras e os próprios clientes.

Em Portugal,[11] negociar a nacionalidade de brasileira é preciso considerar a relação colonial que liga esses dois países e os diferentes fluxos imigratórios que articularam a relação passada e presente en-

---

10 Para uma discussão mais acurada sobre a categoria europeia, consultar Patrício (2008) e Pelúcio (2009).

11 Meu campo em Portugal foi bastante reduzido e se limitou à cidade de Lisboa, assim, as informações sobre aquele país provêm mais das incursões a sites e fóruns na internet do que de um convívio entre elas naquele país, o que limita algumas análises, por exemplo, quais seriam as nacionalidades com as quais elas procurariam contrastar a sua brasilidade. Pelo que pude observar nos ambientes virtuais, a diferenciação dar-se-ia com as próprias portuguesas, pois não encontrei anúncios de latino-americanas hispanofalantes nas guias eróticas portuguesas.

tre portugueses e brasileiros.[12] Some-se ainda as percepções estereotipadas sobre o gênero feminino, que encontram no passado colonial e no presente transnacional referências sobre o que os portugueses devem esperar de uma mulher brasileira.

Em seu trabalho sobre a representação de mulheres brasileiras na mídia portuguesa, Luciana Pontes (2004, p.232) avalia que

> existe uma grande associação entre gênero e nacionalidade nas representações da mulher brasileira na mídia portuguesa. (...) Essas representações feminizam o Brasil, ao mesmo tempo em que sexualizam gênero. Esse processo de femininização da representação da nação está relacionado tanto à história do imperialismo e colonialismo quanto aos processos mais contemporâneos relacionados à globalização, como o turismo internacional. Estes processos têm como pano de fundo as relações desiguais entre países, em que as relações "centro-periferia" se expressam no campo simbólico em representações de tropicalidade e exotismo, em que os diferenciais de desenvolvimento e distribuição de renda são sensualizados. No caso da identidade brasileira em Portugal, tal processo resulta numa essencialização cujos principais atributos são a alegria, a sensualidade e a simpatia.

Além de reforçarem os predicados da sensualidade e simpatia, as travestis brasileiras costumam abusar dos diminutivos em seus anúncios nas guias portuguesas (meiguinha, mulatinha, gatinha, safadinha), em um misto de submissão e sedução, sugeridos pela associação do diminutivo com a feminilidade. Esse jogo semântico é também tático, uma vez que o sexo com travestis, quase sempre mantido em segredo pelos clientes, representa uma ameaça à masculinidade desses homens que buscam prazer nesses encontros. A ausência desse recurso nos textos de anúncios espanhóis sugere que há diferenças a serem consideradas quando se pensa na construção das masculinidades e de normas sexuais consentidas.

---

12 Para uma discussão aprofundada sobre imigração brasileira para Portugal e os sentidos simbólicos e culturais desses deslocamentos ver Machado (2003 e 2007).

Ser erótica e exótica no contexto transnacional[13]

A exotização[14] e erotização do "outro" têm sido formas de expressar simbolicamente, nas relações cotidianas, processos de dominação econômica e cultural. O colonialismo parece ser um desses eventos que saturou de signos eróticos não só as terras "exóticas", mas também seus habitantes. Na tradição moderna ocidental, o erótico guarda marcas históricas persistentes que dão sentido aos encontros sexuais contemporâneos. "O prazer de sentir o diverso" (Segalen apud Leitão, 2007), não se separa das experiências coloniais, dos mitos acerca do "outro" não europeu, de um "orientalismo" (Said, 2007) como conhecimento articulado a partir do olhar hegemônico, sobre uma vasta periferia, e assim, permeado por relações de poder.

Piscitelli (2002a, p.218) observa que a "ideia de exotismo é construída através de procedimentos nos quais a alteridade é delineada mediante distinções inseridas em nítidas relações de desigualdade – no sentido de distribuições diferenciadas de poder.

"A própria ideia do exótico só é possível através da dominação e da domesticação do que é diferente, não por uma 'melangé' com a alteridade", afirma Igor Machado (2003, p.21), ao discutir a inser-

---

13 Refiro-me a transnacionalidade como sendo um espaço de relações diversas que é transversal às nações, pois se dá simultaneamente em diferentes localidades nacionais, com o fluxo de signos e significados, pessoas e bens, assim como pela internet, onde em diferentes sítios, plataformas e correios eletrônicos informações e afetos circulam para além de qualquer fronteira nacional.

14 Ainda que possamos pensar que tem havido uma sistemática domesticação desse exotismo, dado o volume de informações que circulam sobre o Brasil como local de turismo tropical, de sua pobreza e criminalidade (divulgadas pelos telejornais) criando uma ideia de familiaridade e de superioridade para os estrangeiros. No caso específico das travestis, o grande número delas que hoje frequentam sites especializados, os fóruns e espaços virtuais de interação oferecem a esses homens um conhecimento prévio delas e mesmo que se apresentem a partir de referências que buscam atender a expectativas que essa clientela tem em relação às travestis brasileiras (ser carinhosa, "quente", sexualmente disponível etc.).

ção de brasileiros no "mercado da alegria", na cidade do Porto. No caso desta pesquisa, a domesticação do Brasil "exótico" é construída a partir de diversos elementos que os clientes ibéricos conseguem reunir desde seus países sobre essa terra longínqua, mas familiar. As imagens que viajam em anúncios turísticos e a convivência com diferentes travestis somam-se à promoção de produtos brasileiros (caipirinha, sandálias havaianas, biquínis), documentários e notícias sobre criminalidade veiculadas pela mídia internacional. Em Portugal existem, ademais, as novelas, que ajudam a compor um grande mosaico do que seria o Brasil contemporâneo, criando uma ideia de familiaridade e de superioridade para os estrangeiros.

Em relação às travestis, o grande número delas que hoje frequentam sites especializados, os fóruns e espaços virtuais de interação, oferecem a esses homens um conhecimento prévio sobre elas. Acionam, por esses meios, táticas de apresentarem a si mesmas e seus serviços a partir de referências que buscam atender às expectativas dessa clientela em relação às travestis brasileiras (ser carinhosa, "quente", sexualmente disponível etc.).

As travestis estão, hoje, inseridas no vasto menu de ofertas da indústria do sexo europeu, ou pelo menos, ibérico. Os clientes sabem, em grande medida, o que esperar delas, de que países costumam ser, como sairá o serviço sexual e por quanto. Por outro lado, as travestis brasileiras foram se adaptando às demandas locais.[15] Se o exótico sugere o erótico, elas se esforçam para transformar essa associação em capital simbólico, social e material.

Semanticamente, o exótico refere-se também ao que não é nativo, da terra. Assim, apresentar-se como recém-chegada à Europa,

---

15 Por exemplo, passaram a fazer fotos e textos para os anúncios adaptados às expectativas da clientela de cada país. Como observou Cecília Patrício (2008), em sua etnografia feita entre travestis brasileiras na Espanha (e meus dados corroboram), valorizar o tamanho do pênis, anunciar-se como ativa e mesmo mostrar o membro ereto em fotos, é algo bastante comum nos sites espanhóis (e um pouco menos nos portugueses), o que não costuma ocorrer nos sites brasileiros (ainda que isso esteja mudando).

ou seja, aquela que veio de fora tem sido uma estratégia das mais acionadas pelas travestis, sobretudo nos anúncios que fazem nos sites portugueses. Talvez pelo prolongado contato entre as duas terras, ser recém-chegada possa ser lido como um diferencial excitante, uma vez que novidade e variedade são termos importantes na gramática dos prazeres. Enquanto na Espanha, os anúncios ressaltam a doçura e feminilidade, contrastando-a com as fartas medidas dos seios e do pênis. O exótico ganha, assim, significados que guardam implicações estético-morais: "àquele que é esquisito, extravagante" (*Dicionário eletrônico Houaiss*).

Os jogos eróticos que o exótico pode sugerir têm estreita relação com a própria corporalidade travesti. Seios e pênis, nádegas fartas e disponibilidade para o sexo anal, *performance* feminina e a atividade sexual atribuída ao masculino, encontram-se juntos nas travestis que atuam no mercado do sexo transnacional. Misturam-se a esses elementos híbridos a possibilidade da presença do sêmen nas relações. Este fluido impregnado de significados simbólicos é capaz de suscitar cumplicidade (ambos obtiveram prazer na relação) e excitação (a transgressão do sexo entre "iguais"). Ainda que nas interações *on-line* desses clientes, as práticas, genitália e fluidos corporais venham quase sempre encobertos por eufemismo feminilizantes como chamar o pênis delas de "*grelão*" (no caso dos portugueses) ou de "*sorpresita*" (como fazem os espanhóis).

Nos fóruns portugueses e espanhóis tópicos sobre qual é mais "dotada" (com o maior pênis) costumam fazer sucesso, o que é verificável não só pelo número de respostas que suscitam, mas pela quantidade de visualizações dos mesmos,[16] evidenciando o interesse sexual que o órgão sexual da travesti provoca. Interessante frisar

---

16 Os fóruns costumam ter uma interface bem parecida: as áreas de interesse aparecem claramente divididas e formam links dentro dos quais cada membro inscrito previamente pode lançar tópicos, isto é assuntos relacionados à temática daquela seção. À frente de cada item proposto para discussão e interação é possível visualizar o número de respostas recebidas, e em uma outra coluna, a quantidade de vezes que o tópico foi visualizado.

que a maioria absoluta dos clientes, tanto no Brasil como nos países ibéricos, não tem qualquer atração por homens. O corpo que os atrai é o da travesti. Esse corpo transgressivo, no qual os gêneros se embaralham, que são capazes de denunciar que a anatomia não é destino e que os gêneros são performativos. Ou seja, que ele é um mecanismo que naturaliza o masculino e o feminino (Butler, 2002).

Em muitas conversas que tive com travestis que se prostituem ou se prostituíram na Espanha, foi ressaltado o gosto daqueles homens por práticas tidas por elas como "estranhas", fossem as "chuvas dourada, marrom ou branca" (sexo com urina ou fezes e ejaculação no rosto), ou prazer de fazer sexo anal como "passivos" e o chamado "transformismo", isto é, vestir-se com roupas femininas e exercer o papel de "passivo" no ato sexual.[17] Uma de minhas entrevistadas brasileiras, que vive atualmente em Barcelona, ressalta ainda que os espanhóis querem de tudo: "loira, negra, eslava, mulher, travesti, alta, magra...", apontando a variedade como um quesito que aquece o mercado e instiga o desejo.

Variedade, nacionalidade e identidade

Adriana Piscitelli toma o fator variedade/diversidade como um dos elementos relevantes na indústria espanhola do sexo.

Autores que estudam a relação entre produção e consumo de massa chamam a atenção para o surgimento de uma nova diversidade no mercado de consumo, a partir da década de 1960, que contras-

---

17 Em Barcelona, entrevistei uma travesti brasileira muito bem contada no mercado sexual espanhol. Ela atribui parte de seu sucesso ao fato de dedicar-se às fantasias de submissão desses homens e ao transformismo. Para garantir a satisfação dos clientes, mantém em um armário com diversos pares de sapatos femininos de tamanhos que variam do 40 ao 46, todos pertencentes a homens que a visitam. A referida profissional tem ainda diversas fantasias que remetem ao feminino que podem ser usadas pelos clientes. Por uma seção de sexo com transformismo ela cobra quatrocentos euros.

ta com a homogeneização na produção existente até esse período (Miller, 1987). A grande variedade presente em clubes e apartamentos voltados para a oferta de serviços sexuais em grandes cidades espanholas parece remeter a essas observações (Piscitelli, 2009, p.185).

Ainda que se refira principalmente ao sexo pago com mulheres, é possível tomar a observação de Piscitelli também no que se envolve às travestis. Os comentários que circulam em um dos sites espanhóis sugerem que variar é "*morboso*" [excitante]. Um dos *foreros* escreve entusiasmado por ter descoberto "*trannys*"[travestis][18] russas, enquanto outro espera conseguir estar com alguma delas para poder dar um parecer sobre a relação nacionalidade/qualidade do serviço. As russas também causaram *frison* em um fórum português, uma vez que são uma novidade aguardada em terras lusitanas, onde a variedade de oferta é bem mais escassa que no país vizinho.

Os corpos se tornam, assim, metonímias dos lugares, de maneira que espanhóis não precisam mais viajar aos países do Sul para sentirem o "exótico" dessas terras. "*Para cosas exóticas hoy en día no hace falta salir del país, pero esta variedad de travestis no existía hace 8 o 10 años*" (cliente de travestis, comentário postado no site Rincontranny em agosto de 2007).

Porém, no caso das travestis, já foi possível observar que ser de um determinado país ou região é algo que não se separa facilmente da própria corporalidade travesti e, por sua vez, de uma sexualidade específica associada a determinados povos. Eu diria que os clientes buscam não são profundas distâncias culturais, pois esse hiato pode inviabilizar o jogo erótico pela incompreensão de uma certa gramática dos prazeres que precisa ser compartilhada para funcionar. O que está na mira dos desejos, me parece, é muito mais um tipo de expressão de gênero e sexualidade singular, que parece se relacionar fortemente com as culturas sexuais latino-americanas, com marcada peculiaridade no que se refere àqueles países onde a escravidão ne-

18 Nesse site, os seus frequentadores adotam, muitas vezes, este termo anglo-saxão para se referirem a travestis.

gra foi mais intensa, unindo ao sistema de *plantation*, submissão racial e exploração sexual.

Ao analisar a forma como o poder imperial atua, Anne McClintock propõe que, no âmbito deste poder, "gênero está vinculado à sexualidade, mas também ao trabalho subordinado e raça é uma questão que vai além da cor da pele, incluindo a força de trabalho, atravessada por gênero" (Piscitelli, 2008, p.268). Em relação às travestis brasileiras inseridas no mercado do sexo europeu, essa observação ganha dimensão empírica.

Imaginativamente, no sentido que Appadurai dá ao termo, as travestis brasileiras têm se integrado nesse mercado transnacional, fazendo de seus corpos, textos capazes de provocar desejos coloniais. Fantasia, racismo e sexo enlaçam-se compondo os termos de uma densa gramática, que tem nas teorias raciais do século XIX um solo firme, capaz de fazer que ainda hoje a brancura remeta à civilização. Do mesmo modo como consegue associar todo o hibridismo a uma natureza humana selvagem (Young, 2005, p.117-9). Relação que, na economia transnacional do sexo, acaba por favorecer as travestis brasileiras, por mais paradoxal que soe essa sentença.

Em suas vidas vividas nos entre-espaços, o paradoxo tornou-se a própria condição de existência das travestis brasileiras. Desejadas e rechaçadas; expulsas de seu país pela intolerância e ícone nacional quando no exterior; nem só homens, tampouco somente mulheres; complexas em sua humanidade integral e em seu gênero desestabilizador, elas tem sido capazes de denunciar que o gênero é performativo (ainda que, de forma, nem sempre consciente). Ou seja, que o gênero é um mecanismo político e social capaz de naturalizar o masculino e o feminino. E para não fugir do paradoxo, são elas também as que provam que este mesmo mecanismo regulador pode servir para desconstruir o binarismo, alargando, com a força dos seus corpos, o campo semântico do gênero e as fronteiras literais e metafóricas do desejo.

Referências bibliográficas

APPADURAI, A. La globalización y la imaginación en la investigación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, n.160, 1999.

BHABHA, H. K. (Org.). *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BUTLER, J. *Cuerpos que Importan – Sobre os límites materiales y discursivos del "sexo"*. Buenos Aires/Barcelona/México: Paidós. 2002.

LEITAO, D. K. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, v.13, n.28, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200009&lng=en&nrm=iso>. Último acesso em: 2 de janeiro de 2008.

LEITE JR, J. *Das maravilhas e prodígios sexuais – a pornografia "bizarra" como entretenimento*. São Paulo, Fapesp/Annablume, 2006.

MACHADO, I. J. R. *Cárcere Público: processos de exotização entre imigrantes brasileiros no Porto, Portugal*. Campinas-SP, Tese de Doutorado, IFCH/Unicamp, 2003.

_______. Reflexões sobre a imigração brasileira em Portugal. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. Migrações, migraciones. Dossiê coordenado por Mônica Raisa Schpun. 2007. Disponível em: http://nuevomundo.revues.org/index5889.html. Última consulta em 20 de setembro de 2009.

PATRÍCIO, C. *No truque*: fluxos migratórios de transgêneros brasileiras a Espanha: uma perspectiva transnacional. 2008. Trabalho Disponível: em http://209.85.229.132/search?q=cache:yunJLWcpffAJ:www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais/outros/5EncNacSobreMigracao/public_flu_mig_tra.pdf+patricio+no+truque&cd=4&hl=pt-BR&ct=clnk&client=firefox-a.

PELÚCIO, L. Sin papeles, pero con glamour – Migración de travestis brasileñas para el mercado del sexo en España (Reflexiones iniciales). *Vibrant – Virtual Brazilian Anthropology*, 6, vol. 1. 2009 (no prelo)

PISCITELLI, A. Exotismo e autenticidade: relatos de viajantes à procura de sexo. *Cad. Pagu,* Campinas, n.19, 2002. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332002000200009&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 17 de setembro de 2009. doi: 10.1590/S0104-83332002000200009.

PISCITELLI, A. As fronteiras da transgressão: a demanda por brasileiras na indústria do sexo na Espanha. *Sexualidad, Salud y Sociedad – Revista Latinoamericana,* n.1, 2009, p.177-201. Disponível em <http://www.e-publicacoes.uerj.br/ojs/index.php/SexualidadSaludySociedad/article/view/6/0>.

PONTES, L. Mulheres brasileiras na mídia portuguesa. cadernos Pagu, Campinas, n.23, dezembro de 2004. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332004000200008&lng=en&nrm=iso>. Último acesso em 28 de maio de 2009.

RAGO, M. O corpo exótico, espetáculo da diferença. *Labrys Estudos Feministas*, janeiro/junho de 2008. Disponível em: http://www.unb.br/ih/his/gefem/labrys13/perspectivas/marga.htm. Última consulta em 20 de maio de 2009.

SAID, E. *Orientalismo – o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Companhia de Bolso. 2007.

YOUNG, R. J. C. *Desejo Colonial – hibridismo em teoria, cultura e raça.* São Paulo, Perspectiva. 2005.

SOBRE O LIVRO

Formato: 14 x 21 cm
Mancha: 23,7 x 42,5 paicas
Tipologia: Horley Old Style 10,5/14
Papel: Offset 75 g/m² (miolo)
Cartão Supremo 250 g/m² (capa)
1ª edição: 2010

EQUIPE DE REALIZAÇÃO

Coordenação Geral
Marcos Keith Takahashi